

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian kali ini akan disampaikan beberapa penelitian terdahulu dan meneliti pokok kajian yang sama antara lain :

1. L.Juni Andi Prasetya (2012), jurusan FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta, penelitian yang berjudul “Kompetisi Surat Kabar Lokal Berdasarkan Tingkat Kepuasan Biro Iklan Pada Layanan Jasa Media Surat Kabar”. Penelitian ini adalah bisnis surat kabar telah memunculkan kompetisi yang memperebutkan sumber penunjang hidup industri media, yakni modal isi media dan jenis audience. Penelitian ini menjelaskan kompetisi tersebut berdasarkan kepuasan pengiklan sebagai tolak ukur efektivitas media. Semakin tinggi tingkat kesamaan penunjang hidup suatu media, semakin tinggi tingkat kesamaan penunjang hidup suatu media, semakin tinggi pula tingkat persaingannya dalam memperebutkan sumber penunjang hidupnya (meliputi struktur permodalan dan pemasukan iklan).

Landasan teori yang digunakan adalah teori Uses And Gratifications yang berarti khalayak menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu dan media akan dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Dalam teori ini terdapat dua konsep, yakni Gratifications Sought (GS) dan Gratifications Obtained (GO).

Obyek penelitian ini adalah surat kabar lokal yang mempunyai daerah sebaran di DIY, yaitu Kedaulatan Rakyat, Radar Jogja, Bernas Jogja, dan Harian Jogja. Berdasarkan hasil uji mean dimana skor mean Gratifications Sought dan Gratifications Obtained diperoleh bahwa biro iklan belum merasakan kepuasan terhadap layanan jasa surat kabar lokal.

2. Ropongan (2012), jurusan Ilmu Komunikasi, penelitian yang berjudul Kepuasan Masyarakat Terhadap Terjemahan Teks Dan Sulih Suara Bahasa Indonesia Pada Tayangan Film Asing Di Indonesia. Penelitian ini adalah mengukur bagaimana kepuasan masyarakat terhadap terjemahan teks dan terjemahan sulih suara bahasa Indonesia pada film-film asing di tayangan televisi. Dari hasil beberapa survey membuktikan bahwa mulai dari kalangan masyarakat kebawah sampai keatas tetap memilih dan memiliki televisi sebagai sarana hiburan. Melalui tontonan tayangan film asing, masyarakat bisa memahami dan lebih mengerti bahasa asing yang telah dialihkan terjemahkan menjadi bahasa Indonesia.

Landasan teori pada penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratifications yang menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audience sebagai konsumen media massa menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat dari konsekuensi dari penggunaan media itu. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh penonton televisi nasional di wilayah Jawa Timur. Sampel pada tingkat kabupaten dipilih secara purposive dengan jumlah populasi 512 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Jawa Timur lebih cenderung memilih terjemahan terjemahan teks bahasa Indonesia dalam film-film

asing. Mereka menunjukkan tingkat kepuasan dan persetujuan yang lebih tinggi dalam menonton film dengan menggunakan terjemahan teks dibanding dengan menggunakan terjemahan sulih suara.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian sekarang yang dilakukan memiliki perbedaan dan persamaan dengan penelitian terdahulu. Perbedaan pada penelitian terdahulu dengan yang sekarang terletak pada variabel dan populasi pada penelitian yang digunakan. Jika pada penelitian terdahulu menggunakan media televisi yang berkaitan dengan kepuasan masyarakat terhadap terjemahan teks pada film asing dan kompetisi surat kabar berdasarkan tingkat kepuasan biro iklan pada layanan jasa.

Pada penelitian sekarang meneliti kepuasan Ibu rumah tangga di Surabaya dalam membaca tabloid Saji yakni bagaimana kepuasan ibu rumah tangga saat sebelum dan sesudah membaca tabloid Saji. Persamaan antara penelitian sekarang dan terdahulu terletak pada teori dan alat uji yang digunakan teori Uses and Gratifications dan uji-t (t-test).

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa menjadi satu hal yang penting dan menjadi bagian dalam kehidupan modern. Hal itu terjadi karena kemampuan manusia yang terus melakukan pengembangan, eksplorasi, dan penelitian demi kemajuan di bidang teknologi

komunikasi. Komunikasi massa menyiarkan informasi, sikap dan gagasan kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media (Effendy, 2003 : 80). Media yang digunakan dalam komunikasi massa antara lain, televisi, radio internet, surat kabar, majalah, tabloid, buku dan film (film bioskop dan bukan negatif film yang dihasilkan kamera). Kemudian Gerbner dalam buku Psikologi Komunikasi (Rakhmat, 2007 : 188) mengemukakan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

Selain itu, menurut Josep A. Devito, pertama komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton media, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya sukar didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan visual. Komunikasi massa lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya (televisi, radio, surat kabar, majalah, tabloid, film, buku dan pita) (Ardianto dan Komala, 2004 : 3).

Komunikasi massa juga dikemukakan oleh Maletzke sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar (Rakhmat, 2007 : 188). Istilah tersebar menunjukkan bahwa komunikan sebagai pihak penerima pesan tidak berada di satu tempat, tetapi tersebar di berbagai tempat. Media massa mampu mengatasi hambatan ruang dan waktu sehingga penyebaran pesan hampir seketika pada waktu yang terbatas. Dengan demikian, komunikasi

massa secara umum diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Menurut Nurudin (2009 : 19-29), komunikasi massa memiliki empat karakteristik, antara lain :

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga, berarti bukan satu orang tetapi kumpulan orang. Artinya gabungan antar berbagai macam unsur dan bekerja satu sama lain dalam lembaga pada sebuah sistem yang mengolah, menyimpan, menuangkan ide, gagasan dan simbol, lambang menjadi pesan dalam membuat keputusan untuk mencapai satu kesepakatan dan saling pengertian satu sama lain.
2. Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen, berarti audience beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, memiliki jabatan yang beragam, memiliki agama tau kepercayaan yang tidak sama pula.
3. Pesannya bersifat umum, berarti pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan yang disampaikan kepada khalayak harus umum, tidak di sengaja untuk golongan tertentu.
4. Komunikasinya berlangsung satu arah, berarti komunikasi memberi konsekuensi umpan balik (feedback) yang sifatnya tertunda atau tidak langsung (delayed feedback).
5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan, berarti dalam proses penyebaran pesan, khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan meskipun wilayah jangkauan berbeda tetapi komunikator dalam media massa berupaya menyiarkan informasi secara serentak.

Dalam komunikasi massa, audience atau khalayak sangat beragam, berbeda dari satu sama lainnya, akan tetapi masing-masing individu bisa mereaksi pesan yang diterima. Pesan tersebut bisa memperluas pengetahuan khalayak dan menjadikan media massa sebagai referensi utama dalam kehidupannya. Menurut Hiebert dalam buku Pengantar Komunikasi Massa (Nurudin, 2009:105-106), khalayak dalam komunikasi massa mempunyai lima karakteristik, antara lain:

1. Khalayak cenderung berisi individu-individu yang condong untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial diantara mereka.
2. Khalayak cenderung besar tersebar ke berbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa yang mencapai ribuan bahkan jutaan orang.
3. Khalayak cenderung heterogen berasal dari berbagai lapisan kategori sosial. Beberapa media tertentu mempunyai sasaran, tetapi heterogenitasnya juga tetap ada.
4. Khalayak cenderung anonim, yakni tidak mengenal satu dengan yang lain.
5. Khalayak secara fisik dipisahkan oleh komunikator.

2.2.2. Tabloid Sebagai Media Komunikasi Massa

Salah satu media cetak dalam komunikasi massa adalah tabloid. Menurut Gunadi (2001 : 32) tabloid merupakan media massa atau pers yang mempunyai waktu terbit secara berkala mingguan, dwi mingguan dan seterusnya yang isinya mencakup kumpulan berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran broadsheet (lebih kecil dari plano) dan dilipat seperti surat kabar.

Tabloid kebanyakan menggunakan kertas koran. Ukuran kertas yang digunakan sekitar setengah kali ukuran kertas Koran. Tampilan tabloid tampak lebih populer, bisa dicetak dua warna atau lebih. Tabloid memiliki frekuensi publikasi yang lebih pendek dan kualitas visual yang lebih baik, sebagaimana dikemukakan Kasali (2001: 112) bahwa tabloid merupakan media cetak yang mempunyai kualitas visual prima bersampul dan dirancang khusus serta bermacam-macam tulisan yang dihiasi dengan ilustrasi foto-foto.

Dalam media komunikasi massa, tabloid diterbitkan sebagai informasi yang menghibur kaum wanita sebab segmen ini cukup potensial untuk menjangkau sasaran khalayak dalam membaca tabloid sebagai media alternatif. Media disini merupakan media cetak yang tak lain sebuah kompleks budaya yang terus berkembang. Media cetak mewakili bentuk baru komunikasi yang mempengaruhi tidak hanya pola interaksi di dalam komunitas dan masyarakat, tetapi juga pandangan psikologis (Nurudin, 2009 : 59).

Dalam buku Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi (Effendy, 2003 : 93-94), media cetak memiliki fungsi antara lain :

1. Fungsi menyiarkan informasi, berarti memberikan informasi kepada khalayak pembaca mengenai peristiwa yang terjadi, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, apa yang dikatakan orang lain dan sebagainya.
2. Fungsi mendidik, berarti sarana pada media cetak yang mengandung pengetahuan, sehingga khalayak pembaca bertambah pengetahuannya. Fungsi mendidik ini bisa secara implisit dalam bentuk berita, dapat juga berbentuk eksplisit dalam bentuk artikel atau tajuk rencana juga mengandung pendidikan.

3. Fungsi menghibur, berarti media cetak mengimbangi berita-berita berat (hard news) dengan menyajikan isi yang bersifat menghibur, seperti cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, karikatur, teka-teki silang, dan berita yang mengandung minat insani (human interest) untuk melemaskan ketegangan pikiran setelah para pembaca dihidangi berita atau artikel berat.
4. Fungsi mempengaruhi, berarti media cetak secara implisit terdapat pada berita sedangkan secara eksplisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel.

2.2.3. Kekuatan Dan Kelemahan Tabloid

a. Kekuatan Tabloid

Menurut Kasali (2001:112) tabloid memiliki faktor kekuatan antara lain:

1. Khalayak Sasaran

Salah satu keunggulan tabloid jika dibandingkan dengan media lainnya adalah kemampuannya menjangkau segmen pasar tertentu yang terspesialisasi. Pada masa mendatang tabloid-tabloid special interest akan mempunyai peranan yang penting dan akan sangat disukai sebagai media periklanan.

2. Long Life Span

Tabloid adalah media yang memiliki masa edar paling panjang dari seluruh media yang ada. Selain itu, tabloid yang dimiliki oleh khalayak umumnya disimpan hingga bertahun-tahun sebagai referensi. Tabloid juga mampu menjangkau khalayak sasaran sebanyak-banyaknya dari satu pembeli karena dibaca oleh seluruh anggota keluarga, teman, relasi, pelanggan, atau kolega si pembeli.

3. Penerimaan khalayak

Kemampuannya mengangkat produk-produk yang diiklankan sejajar dengan persepsi khalayak sasaran terhadap prestise tabloid yang bersangkutan.

4. Promosi Penjualan

Tabloid adalah media yang efektif untuk menyiarkan pesan iklan yang berbaur promosi penjualan seperti kupon-kupon yang akan diundi, kartu-kartu petunjuk, dan percontohan produk.

5. Kualitas visual

Kualitas tabloid sangat prima karena umumnya dicetak di atas kertas berkualitas tinggi. Dengan demikian kebanyakan tabloid dapat menyajikan tata warna yang baik.

b. Kelemahan Tabloid

Menurut Kasali (2001:113) tabloid memiliki faktor kelemahan antara lain :

1. Biaya Tinggi

Biaya yang relatif mahal untuk menjangkau khalayak sasaran dan akan menjadi lebih mahal bila iklan pada media-media umum dengan khalayak sasaran tidak terseleksi, karena tabloid-tabloid seperti itu banyak beredar di lingkungan yang bukan menjadi sasaran pasar produk yang diiklankan.

2. Distribusi

Banyak tabloid yang beredarnya lambat sehingga menumpuk di rak-rak toko buku atau agen. Beberapa tabloid tidak mempunyai jaringan distribusi yang tepat. Di beberapa daerah tertentu yang daya belinya tinggi namun sulit dijangkau,

tabloid sering tidak ada. Biaya pengiriman yang tinggi ke daerah-daerah tersebut menyebabkan pihak media enggan memasuki pasar.

3. Fleksibilitas Terbatas

Meskipun tabloid memberikan keuntungan berupa waktu edar panjang. Para pengiklan harus menyerahkan final artwork iklan jauh-jauh hari. Dari segi ini tabloid dianggap tidak fleksibel. Demikian pula pada halaman utama, back cover inside front atau back cover tidak senantiasa ada.

2.2.4. Tabloid Saji

Tabloid Saji merupakan tabloid dwimingguan yang terbit setiap hari rabu dan bertiras 356.750 eksemplar diseluruh wilayah Indonesia. Tabloid kuliner ini pertama di Indonesia sempat mengguncang pasar media memang menjadi primadona para ibu rumah tangga yang akrab dengan urusan dapur. Tabloid Saji memiliki ukuran 290x430 mm dan mempunyai jumlah 24 halaman. Tabloid ini dibawah manajemen Kompas Gramedia yang berdiri sejak agustus 2003. (<http://kompasgramedia.com/business/tabloids/saji.html>, diakses 4 April 2013).

Di wilayah Surabaya pendistribusian tabloid Saji lebih banyak yakni sekitar 3000 eksemplar dibandingkan dengan kota-kota lainnya. Lingkup bahasannya yang tidak lain membahas seputar resep masakan dengan aneka variasi juga menyajikan informasi dan tips tentang pembuatan makanan langsung jadi, cara penggunaan peralatan masak yang benar, sekaligus kisah sukses para wirausaha yang berhasil mengolah makanan kecil menjadi makanan yang mempunyai nilai jual tinggi dengan

khas yang dimiliki sehingga tetap menjadikan makanan favorit di mata para pecinta kuliner. Pada edisi 263, Tabloid Saji dibagi menjadi tiga rubrik, yakni:

1. Resep

- a. Saji Unggul

Rubrik ini membahas topik utama jenis resep makanan yang dibicarakan oleh banyak orang atau yang sedang menjadi trend di lingkungan sekitar.

- b. Menu minggu ini

Rubrik ini membahas aneka masakan variasi baru dari olahan bahan baku tradisional.

- c. Menu Pilihan

Rubrik ini membahas Rubrik ini membahas racikan masakan untuk hidangan pilihan sehari-hari bagi anggota keluarga.

- d. Saji Nusantara

Rubrik ini membahas resep masakan khas nusantara.

- e. Favorit Pembaca

Rubrik ini membahas kiriman berbagai resep makanan dari para pembaca tabloid Saji.

- f. Modifikasi

Rubrik ini membahas memodifikasi semenarik dan seunik mungkin aneka makanan kue.

2. Info

a. Aktual

Rubrik ini menginformasikan kepada pembaca mengenai tempat kuliner yang memiliki cita rasa unik dan lezat di seluruh wilayah Indonesia.

b. Cara Bertanam

Rubrik ini menginformasikan kepada pembaca mengenai cara bertanam buah atau sayuran yang tepat sehingga menghasilkan manfaat yang memiliki guna di kehidupan sehari-hari.

c. Top-tip

Rubrik ini menginformasikan penanganan pengolahan tips bahan baku dengan benar yang disesuaikan fungsinya.

d. Tanya Pakar

Rubrik ini memberikan kesempatan kepada para pembaca untuk memberikan kritikan, saran dan komentar mengenai resep masakan kepada para ahli pakar.

e. Sapa dan Surat Anda

Rubrik ini membahas kiriman masyarakat berupa kritikan, komentar, dan saran mengenai Tabloid Saji kepada redaksi.

3. Artikel

a. Kisah Sukses

Rubrik ini membahas tentang cerita sukses seorang wiraswasta membangun usaha kuliner melalui bahan-bahan baku tradisional.

b. Peluang

Rubrik ini membahas tentang bagaimana peluang membuat resep makanan dengan modal minim tetapi menghasilkan untung besar dalam usaha kuliner.

c. Inspirasi Usaha

Rubrik ini membahas kisah inspirasi seorang pengusaha kuliner yang sukses membuat makanan kecil menjadi makanan yang memiliki mutu tinggi di pasar.

d. Konsultasi Usaha

Rubrik ini membahas tentang tanya jawab pembaca dan para ahli pakar mengenai segala hal yang berhubungan dengan usaha yang sudah berjalan baik maupun belum.

e. Panduan Usaha

Rubrik ini memandu pembaca untuk mencari celah bagaimana mengubah cara jual dan teknik jual mendapatkan untung dalam pendapatan berwirausaha kuliner.

f. Pelesir

Rubrik ini membahas santapan jajanan khas Nusantara.

g. Artikel

Rubrik ini membahas usaha seseorang bahan-bahan baku di olah menjadi makanan yang variatif.

Tabloid Saji memiliki pelanggan tetap di wilayah Surabaya sebanyak 153 orang. Berdasarkan informasi dari pihak distributor, sasaran untuk tabloid Saji jumlahnya banyak sehingga masing-masing tempat sasaran mendapatkan 200-250 eksemplar. Kehadiran tabloid Saji mempermudah ibu-ibu rumah tangga untuk mengaplikasikan resep masakan yang praktis, unik dan variatif menjadi hidangan yang lezat dalam kehidupan sehari-hari.

Di Surabaya, tabloid Saji menjadi kelompok bagi Ibu rumah tangga sebanyak 80%. Selain itu, tabloid Saji menyajikan informasi melalui pelatihan bisnis mengolah bahan baku menjadi kreasi sebuah inovasi yang bisa dijadikan sebagai mata pencaharian guna menginspirasi stimulus wanita dalam berwirausaha membuat makanan unik dan menarik yang memiliki nilai jual tinggi dengan modal yang minim.

2.2.5. Ibu Rumah Tangga Sebagai Khalayak Aktif

Manusia sebagai makhluk sosial diciptakan dalam dua jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan. Dikatakan laki-laki karena secara struktur fisik lebih kuat dibandingkan dengan perempuan sedangkan dikatakan perempuan karena secara struktur fisik lebih lemah (Sarwono, 2007 :14).

Perempuan dalam struktur fisik mempunyai ciri seksual tertentu yang paling utama adalah bahwa perempuan mengalami haid, mengandung dan melahirkan anak. Karena adanya faktor fisik inilah pada akhirnya seorang perempuan akan menjadi seorang ibu bagi anak-anaknya. Di dalam suatu keluarga masing-masing anggota

keluarga mempunyai peran masing-masing. Peran-peran dalam keluarga ini terdiri dari bapak, ibu dan anak-anak.

Salah satu peran dari anggota keluarga adalah sebagai ibu rumah tangga dan ibu bagi anak-anak. Ibu merupakan sebutan bagi perempuan yang telah melahirkan seorang anak (Goode, 2004 : 139). Peran ibu merupakan salah satu dari peran seorang perempuan dalam kehidupan. Ibu dalam suatu keluarga mempunyai tugas membesarkan, mendidik seorang anak. Ibu adalah sosok yang berintraksi dan berhubungan dengan seorang anak setelah melahirkan seorang anak ke dunia. Kata-kata pertama kali bahkan kebiasaan-kebiasaan atau tingkah laku yang dilakukan oleh seorang anak adalah cerminan dari ajaran seorang ibu.

Sebagai perempuan seorang ibu dalam kehidupan rumah tangga mempunyai peran sebagai ibu rumah tangga yang tugas pokoknya adalah mengurus rumah tangga saja, dimana secara umum ibu mempunyai fungsi sebagai pengasuh dan pendidik anak-anaknya. Menurut Mulyana (1997:115), ibu rumah tangga adalah wanita yang sudah bersuami (menikah) yang mengatur penyelenggaraan rumah tangga. Pekerjaan rumah yang dimaksud misalnya, memasak, mencuci pakaian, menyetrika baju dan lain sebagainya. Dapat disimpulkan bahwa ibu rumah tangga adalah seorang perempuan yang telah bersuami yang mengurus seluruh aktivitas yang berlangsung dalam rumah tangga, sehingga kehidupan rumah tangga dapat berjalan secara baik dan harmonis.

Pada setiap proses komunikasi selalu ditujukan kepada pihak tertentu sebagai penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Komunikator atau penerima merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Dalam

keberadaannya secara terpencar-pencar, dimana satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam berbagai jenis, antara lain : jenis kelamin, usia, agama, ideology, pekerjaan, pendidikan, engalaman, pandangan hidup, keinginan, cita-cita, dan lain sebagainya. (Effendy, 1993 : 25).

Komunikasi dapat berjalan efektif apabila ibu rumah tangga terpicat perhatiannya, tertarik minatnya, dan mengerti apa yang ingin disampaikan oleh komunikator. Dalam hal ini juga tidak lepas dari keaktifan komunikator dalam memilih media sebagai acuan alternatifnya. Menurut Fank Bioca dalam Little John (2001 :557) lebih jelas mengungkapkan empat karakteristik khalayak aktif, yaitu :

1. Selektivitas (Selectivity) : Khalayak yang aktif melakukan pertimbangan dan seleksi untuk menentukan media yang akan digunakan.
2. Utilitarianisme (Utilitarianism) : khalayak yang aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan untuk mencapai tujuannya.
3. Kesengajaan (Intentionality) : menunjukkan bahwa salah satu kegunaan media adalah member kepuasan.
4. Keterlibatan (Involvement) : khalayak mengikuti dan berpikir dengan aktif dan selektif menggunakan media. Dengan kata lain, khalayak tidak begitu mudah dipengaruhi oleh media.

Dengan demikian untuk memenuhi sebagian kebutuhannya, khalayk bebas untuk memilih dan menggunakan sejumlah media beserta isinya atau sumber rujukan lainnya (non media) sepanjang itu dapat menunjang atau memperteguh (reinforcement) nilai, sikap, dan pengalaman terhadap suatu obyek tertentu.

2.2.6. Teori Uses and Gratifications

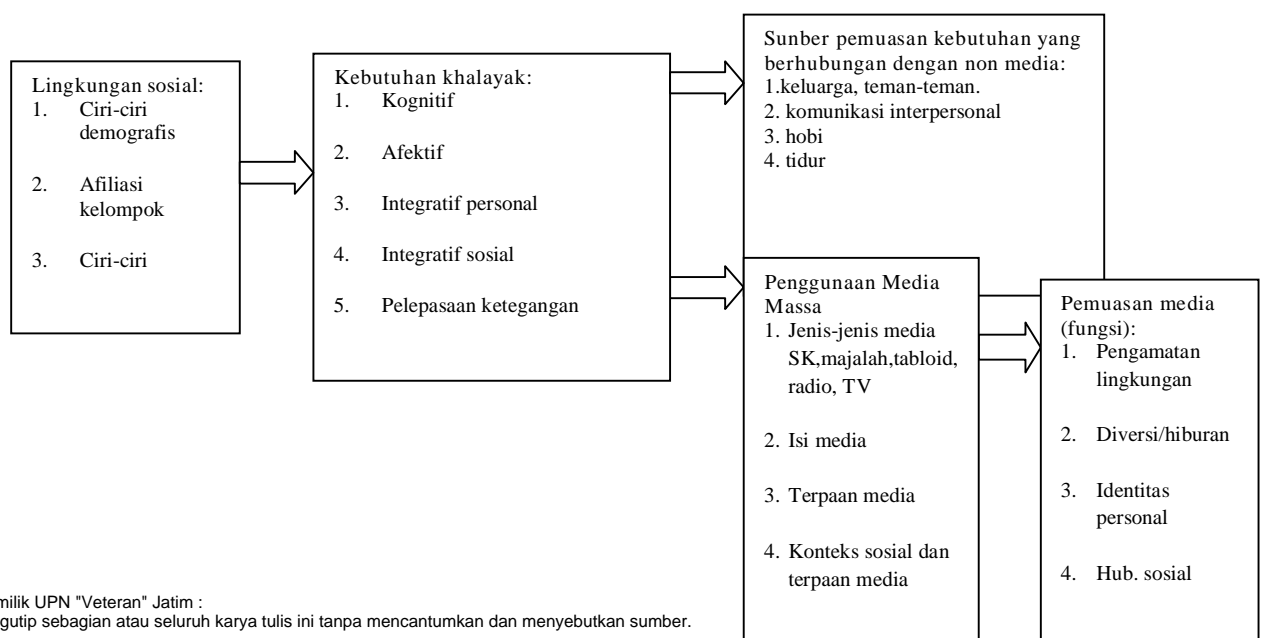
Teori Uses and Gratifications digambarkan Swanson sebagai “a dramatic break with effect tradition of the past”. Model ini lebih tertarik bukan kepada apa yang dilakukan oleh media pada diri orang akan tetapi tertarik pada apa yang dilakukan oleh orang terhadap media. Setiap khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Hal inilah timbul istilah “Uses and gratifications”, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan (Rakhmat, 2007:217).

Dalam memusatkan perhatian pada penggunaan (uses) media untuk mendapatkan kepuasan (gratifications) atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalayak menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan. Katz, Blumler dan Gurevitch dalam buku Komunikasi Suatu Pengantar (Ardianto dan Komala, 2004 : 71) menjelaskan asumsi dasar teori ini, yaitu :

1. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak.
3. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.

4. Tujuan memilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan, dan motif pada situasi tertentu.
5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Penggunaan media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik. Artinya, teori uses and gratifications mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media itu) khalayak menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Kita bisa memahami interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media oleh orang itu (user) dan kepuasan yang diperoleh (gratifications). Gratifikasi yang sifatnya umum antara lain pelarian rasa khawatir, peredaran rasa kesepian, dukungan emosional, perolehan informasi, perolehan informasi dan kontak sosial (Nurudin, 2009 : 193)



Gambar 1. Bagan Teori Uses and Gratifications
(Nurudin, 2009 : 194)

Menurut Katz, Gurevitch dan Hass (Effendy, 2003 : 284) kebutuhan individual yang berkaitan dengan penggunaan media massa, antara lain:

1. Kebutuhan Kognitif (Cognitive Needs) adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran individu dan dorongan untuk penyelidikan.
2. Kebutuhan Afektif (Affective Needs) adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.
3. Kebutuhan Pribadi secara Integratif (Personal Integrative Needs) adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri.
4. Kebutuhan integratif sosial adalah kebutuhan yang berkaitan dengan hubungan antar anggota keluarga, teman dan lingkungannya.
5. Kebutuhan Pelepasan (Escapist Needs) adalah kebutuhan yang berkaitan dengan adanya upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.

Kebutuhan (Needs) inilah yang menyebabkan timbulnya Gratifications Sought, motif yang mendorong individu melakukan aktifitas menggunakan media tertentu. Jadi yang dimaksud motif adalah dorongan yang ditimbulkan dari sejumlah kebutuhan yang ingin dicapai individu dari suatu objek tertentu yang menimbulkan perilaku (Rakhmat, 2005 : 216).

Pada konsep palmgreen, kepuasan individu dalam menggunakan media massa akan diketahui ada tidaknya kesenjangan yang ditimbulkan antara kepuasan yang diharapkan dan kepuasan yang diperoleh ketika menggunakan suatu media. Untuk mengukur konsep media yang memuaskan, peneliti menggunakan Gratifications Sought (GS) Gratifications Obtained (GO) dengan membandingkan keduanya dalam tingkat kesenjangan.

Jadi, kepuasan khalayak terhadap suatu media tertentu diukur berdasarkan kesenjangan antara GS dan GO. Semakin kecil kesenjangan mean skor yang terjadi, maka semakin memuaskan media bagi khalayak. Sebaliknya, semakin besar kesenjangan mean skor yang terjadi, maka semakin tidak memuaskan media tersebut bagi khalayaknya (Krisyantono, 2006 : 208).

2.2.7. Gratifications Sought (GS) dan Gratifications Obtained (GO)

Pada penelitian Teori Uses and Gratifications mengukur kepuasan khalayak dilihat dari dua hal, yakni motif pencarian kepuasan Gratifications Sought (GS) dan kepuasan yang diperoleh Gratifications Obtained (GO). Pencarian kepuasan dan kepuasan yang diperoleh dalam buku Sosiologi Komunikasi Massa (Winarso, 2005 : 111), Philip Palmgreen dan Rayburn dalam “Expectancy-Value Theory” (Teori Nilai Pengharapan) mengedepankan bahwa sikap (terhadap media) merupakan hasil dari

kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan dan evaluasi seseorang mengenai isi media. Tingkat dimana seseorang mencari kepuasan dalam setiap segmen media didefinisikan dengan sebagaimana seseorang memperoleh pengalaman dengan segmen media tersebut, maka kepuasan yang dirasakan akan memperoleh umpan balik pada kepercayaan seseorang tentang masa depan, menciptakan suatu proses yang berulang. Suatu kombinasi kepercayaan dan evaluasi mengenai suatu segmen media tertentu dapat bersifat positif (dimana seseorang akan menggunakan segmen itu) atau negatif (dimana seseorang akan menghindarkannya).

Menurut McQuail (2011 : 178), motif pencarian kepuasan (GS) dipengaruhi oleh kepercayaan-kepercayaan (beliefs) yang bersifat subyektif yang memiliki atribut atau perilaku bahwa dengan menggunakan media akan mendapatkan hasil tertentu yang mengarah pada kepuasan. Selain itu GS juga timbul karena evaluasi atas berbagai macam atribut maupun hasil dari media itu sendiri. Dengan motif pencarian kepuasan, maka khalayak akan menggunakan media sehingga mendapatkan kepuasan yang diperoleh GO. Ketika GO (Kepuasan yang didapatkan) lebih tinggi daripada GS (Kepuasan yang dicari), maka akan berhadapan dengan situasi kepuasan khalayak yang tinggi dan rating penghargaan serta perhatian yang tinggi.

2.2.8. Kepuasan Khalayak

Menurut Gerson (2004 : 3) kepuasan khalayak adalah persepsi khalayak bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Dalam hal ini, semakin puas

seseorang menggunakan media sebagai acuan alternatifnya, maka semakin besar kebutuhan berdasarkan tujuan dan motif tertentu terpenuhi.

Pengertian kepuasan menurut Kamus Bahasa Indonesia (2008 : 1135) adalah puas; merasa senang; perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Dengan demikian, kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka khalayak tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka khalayak puas. Jika kinerja melebihi harapan, khalayak amat puas atau senang. Mereka amat puas lebih sukar untuk merubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan menciptakan kelekatan emosional terhadap merk, dan hasilnya adalah kesetiaan khalayak yang tinggi. Kepuasan khalayak menurut konsep palmgreen dibagi menjadi dua, yaitu :

a. Gratifications Sought (GS)

Gratifications Sought (GS) adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika menggunakan jenis media tertentu. Dalam pemenuhan kebutuhan, setiap khalayak memiliki motif berbeda dalam penggunaan media (Krisyantono, 2006 : 207). Motif berasal dari kata “motive” yang berarti secara obyektif merupakan dorongan dari dalam diri individu untuk menentukan pilihannya dari berbagai perilaku tertentu, sesuai dengan tujuan. Sedangkan definisi subyektif motif merupakan dasar bagi seseorang untuk bergerak, berperilaku dan bertindak menurut tujuan (Rakhmat, 2005:23).

Menurut McQuail (2002 : 72), motif dibagi menjadi empat, yaitu:

1. Motif Informasi

Motif ini berkaitan dengan mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan, memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum, belajar pendidikan diri sendiri, dan memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

2. Motif Identitas Pribadi

Motif ini berkaitan dengan menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (lewat media), dan meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

Motif ini berkaitan dengan memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain melalui empati sosial, mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa ingin memiliki, menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial, memperoleh teman selain dari manusia, membantu menjalankan peran sosial, memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak-keluarga, teman dan masyarakat.

4. Motif Hiburan

Motif ini berkaitan dengan melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, mengisi waktu, dan penyaluran emosi

b. Gratifications Obtained (GO)

Gratifications Obtained (GO) adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu media tertentu (Krisyantono, 2006 : 207). Indikator yang digunakan untuk mengukur Gratifications Obtained sama halnya dengan Gratifications Sought. Dalam mengukur Gratifications Obtained (GO) kategori kepuasan yang dikemukakan oleh McQuail (2002:72) diperoleh sebagai berikut :

1. Kepuasan informasi yaitu kepuasan individu yang berkenaan dengan kebutuhan akan informasi.
2. Kepuasan identitas pribadi yaitu kepuasan yang didapat setelah menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan khalayak.
3. Kepuasan integritas dan interaksi sosial yaitu kepuasan yang berkaitan dengan kelangsungan hubungan individu dengan orang lain.
4. Kepuasan hiburan yaitu kepuasan yang berkaitan dengan kebutuhan akan melepaskan ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.

Dari uraian diatas, kepuasan yang diterima oleh individu dalam membaca tabloid Saji dapat diukur melalui adanya kesenjangan antara Gratifications Sought dan Gratifications Obtained.

2.3. Kerangka Berpikir

Tabloid merupakan media cetak visual yang hadir setelah surat kabar dan majalah berupa kumpulan berita, artikel, cerita dan iklan. Isi pada tabloid menyajikan

informasi yang menarik dan lengkap sebagai pemenuh kebutuhan media alternatif. Apabila kebutuhan dalam penggunaan media tercapai maka kepuasan yang akan diterima. Pembaca tidak hanya dituntut untuk membaca dan memilih tabloid sebagai medianya, tetapi juga berpikir dan memahami makna pesan yang disampaikan sehingga bisa diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

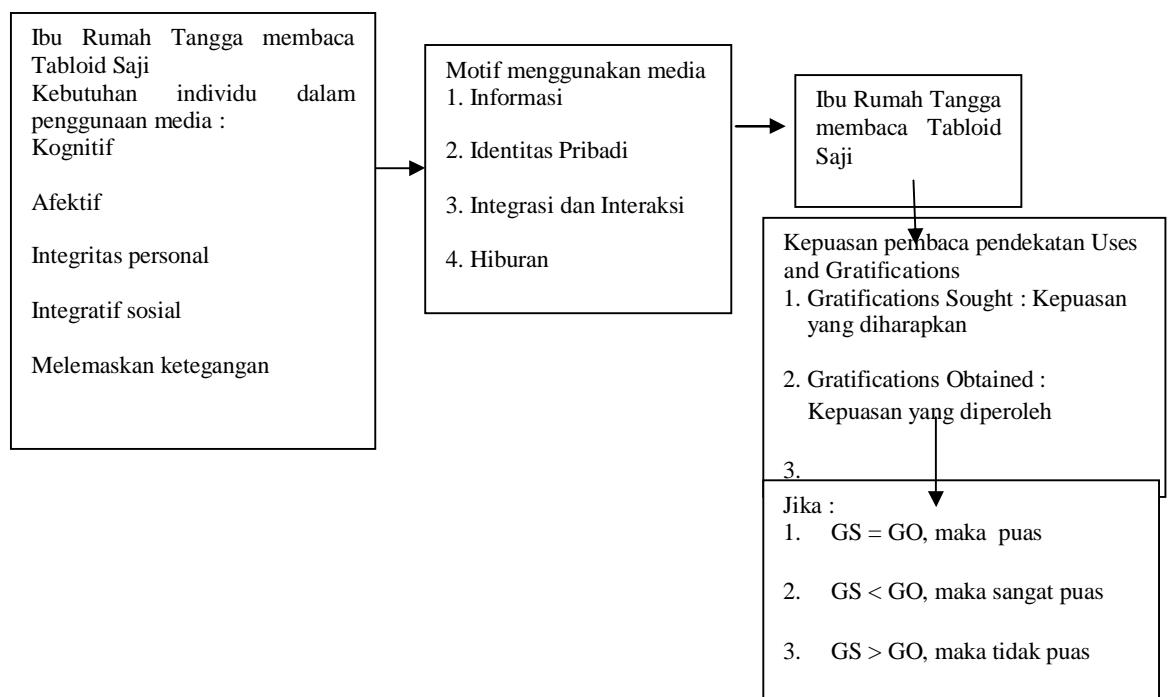
Setiap individu membutuhkan informasi sebagai kebutuhan yang berkenaan dengan peristiwa atau kejadian dalam lingkungan sekitar disampaikan kepada khalayak memberikan efek media yang sangat berpengaruh, baik yang berkaitan dengan pesan maupun dengan media itu sendiri. Kebutuhan pada diri individu dipengaruhi oleh kebutuhan kognitif, kebutuhan efektif, kebutuhan integrative personal, kebutuhan pelepasan menghindari dari tekanan ketegangan.

Dalam penelitian kepuasan ibu rumah tangga dalam membaca tabloid Saji menggunakan teori Uses and Gratifications bahwa khalayak aktif dan selektif dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan. Dari teori ini dapat diukur dengan dua konsep yaitu Gratifications Sought dan Gratifications Obtained. Gratifications Sought adalah motif yang melatarbelakangi individu menggunakan suatu media sesuai dengan kebutuhan. Gratifications Obtained adalah kepuasan nyata yang diperoleh individu setelah menggunakan media. Untuk pencarian kepuasan dan kepuasan yang diperoleh lebih mengedepankan sikap (terhadap media) yang merupakan hasil dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan dan evaluasi seseorang mengenai isi media, dalam hal ini merupakan teori nilai pengharapan (expectancy-value theory). Dari kedua konsep GS dan GO bisa diukur tingkat kesenjangan kepuasan (Discrepancy). Semakin kecil discrepancy-nya,

semakin memuaskan media tersebut. Indikator adanya kesenjangan (Discrepancy) kepuasan atau tidak adalah sebagai berikut :

1. Jika $GS = GO$, maka terdapat kepuasan karena seluruh kebutuhan telah terpenuhi.
2. Jika $GS < GO$, maka terjadi kesenjangan kepuasan. Hal ini dikarenakan kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain, bahwa jenis media massa yang dikonsumsi dapat memuaskan khalayaknya.
3. Jika $GS > GO$, maka terjadi kesenjangan kepuasan. Hal ini dikarenakan ada beberapa kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain, bahwa jenis media massa yang dikonsumsi tersebut tidak memuaskan khalayaknya.

Untuk lebih jelasnya kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada bagan berikut ini :



Gambar 2. Bagan Kerangka Berpikir Penelitian Kepuasan Ibu Rumah Tangga
Di Surabaya Dalam Membaca Tabloid Saji

2.4. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah dan kerangka penelitian yang telah diuraikan, sehingga dapat dikemukakan hipotesis bahwa:

1. Diduga terdapat kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) dari motif informasi pada Ibu rumah tangga dalam membaca Tabloid Saji dengan kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) setelah membaca Tabloid Saji.
2. Diduga terdapat kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) dari motif identitas pribadi pada Ibu rumah tangga dalam membaca Tabloid Saji dengan kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) setelah membaca Tabloid Saji.
3. Diduga terdapat kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) dari motif integritas dan interaksi sosial pada Ibu rumah tangga dalam membaca Tabloid Saji dengan kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) setelah membaca Tabloid Saji.
4. Diduga terdapat kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) dari motif hiburan pada Ibu rumah tangga dalam membaca Tabloid Saji dengan kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) setelah membaca Tabloid Saji.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah survei yang menggunakan analisis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang melukiskan variabel demi variabel dengan mengumpulkan data aktual secara rinci dan cermat (Rakhmat, 2007 : 24-25). Metode yang digunakan bertujuan untuk menggambarkan kepuasan terhadap penggunaan media Tabloid Saji. Kepuasan ini diukur dengan melihat kesenjangan (discrepancy) antara kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) dengan kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) setelah membaca Tabloid Saji. Semakin kecil discrepancy-nya, semakin memuaskan media tersebut.

3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi Operasional dan pengukuran variabel dalam penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

3.2.1. Tingkat Kepuasan Pembaca

Kepuasan pada penelitian ini adalah kebutuhan khalayak yang terpenuhi dalam penggunaan media massa yang didasari oleh motif tertentu. Kepuasan akan tercapai ketika khalayak sebagai pembaca bersifat aktif dan selektif dalam memilih penggunaan media massa yang sesuai dengan kebutuhan akan informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, dan hiburan. Pada penelitian ini menggunakan konsep Palmgreen bahwa kepuasan terbagi menjadi dua, yakni kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) dan kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained). Dalam penggunaan media massa, kepuasan khalayak dapat diukur dari

perbedaan perolehan skor kesenjangan antara kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) dengan kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained).

a. Gratifications Sought

Gratifications Sought (GS) adalah motif yang mendorong seseorang dalam mengkonsumsi media sebagai alasan yang timbul dari sejumlah kebutuhan yang ingin dicapai individu pada suatu objek tertentu. Dalam penggunaan media, individu akan terdorong untuk berkeinginan mencari kepuasan atas kebutuhan tertentu. Dengan kata lain, pemilihan individu terhadap penggunaan suatu media dipengaruhi oleh sebab yang mendasari motif pemenuhan sejumlah kebutuhan. Dalam penelitian ini yang dimaksud motif adalah motif Ibu rumah tangga membaca tabloid Saji.

Menurut McQuail (2002 : 72), Indikator yang digunakan untuk mengukur Gratifications Sought (GS) dibagi menjadi empat kategori, yaitu :

1. Motif Informasi, yaitu motif yang berkenaan dengan kebutuhan akan informasi dan eksplorasi sosial, meliputi :
 - a. Ingin memperoleh wawasan atau pengetahuan tentang resep makanan baru yang unik dan kreatif.
 - b. Ingin mendapatkan informasi mengenai fungsi penanganan yang tepat mengolah bahan baku pada makanan.
 - c. Ingin mengetahui informasi tips cara menanam buah atau sayuran pada tempat yang tepat.
 - d. Ingin mengetahui informasi siapa para tokoh yang sukses berbisnis kuliner.
 - e. Ingin mengetahui perkembangan jenis makanan yang menjadi ciri khas di berbagai daerah di wilayah Indonesia.

2. Motif Identitas Pribadi, yaitu motif yang mendorong individu menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak yang bersangkutan, meliputi :
 - a. Sebagai individu untuk memotivasi diri sendiri agar dapat sukses berbisnis kuliner melalui strategi dan modal berjualan.
 - b. Sebagai dorongan individu untuk mengeksplorasi kreativitas dalam membuat langsung resep makanan pada satu adonan menjadi beragam variasi.
 - c. Sebagai dorongan untuk menemukan panutan/contoh figure orang sukses melalui berwirausaha kuliner.
 - d. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri melalui tanya jawab tentang resep makanan, usaha yang dirintis.
 - e. Menemukan penunjang nilai – nilai pribadi berwisata kuliner.
3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial, yaitu motif yang berkenaan pada kelangsungan hubungan individu dengan orang lain, meliputi :
 - a. Ingin menjadikan segala informasi yang diperoleh mengenai resep makanan dan berbisnis kuliner sebagai pembicaraan dengan teman.
 - b. Ingin memberikan informasi tentang resep original yang menjadi makanan favorit kepada teman, sanak keluarga, dan masyarakat di lingkungan sekitar.
 - c. Ingin memberikan informasi dan mengajak teman atau masyarakat disekitar untuk menerapkan berbisnis kuliner.
 - d. Ingin memperoleh pengetahuan dari keadaan orang lain yang bisa meraih sukses mengolah makanan sederhana menjadi nilai jual tinggi.
 - e. Ingin hubungan anda dengan orang lain (masyarakat) menjadi dekat.

4. Motif Hiburan yaitu, motif yang berkaitan dengan kebutuhan akan pelepasan diri dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan, meliputi :

- a. Mendapatkan kenikmatan melalui nilai seni resep makanan yang bervariasi dan unik
- b. Dapat mengatasi rasa bosan ketika jenuh.
- c. Dapat melepaskan diri dari berbagai permasalahan.
- d. Mengisi atau menghabiskan waktu luang.
- e. Memperoleh hiburan dan kesenangan (penyaluran emosi).

b. Gratifications Obtained

Gratifications Obtained (GO) adalah kepuasan nyata yang diperoleh individu atas terpenuhinya kebutuhan tertentu setelah individu menggunakan media. Pada penelitian ini kepuasan yang diperoleh berkaitan dengan sejumlah kebutuhan dapat terpenuhi setelah individu membaca tabloid Saji.

Indikator mengukur kepuasan Gratifications Obtained (GO) dibagi menjadi empat kategori, yaitu:

1. Motif Informasi, yaitu motif yang berkenaan dengan kebutuhan akan informasi dan eksplorasi sosial, meliputi :

- a. Memberikan wawasan atau pengetahuan tentang resep makanan baru yang unik dan kreatif.
- b. Memberikan informasi mengenai fungsi penanganan yang tepat mengolah bahan baku pada makanan.
- c. Memberikan informasi mengenai tips cara menanam buah atau sayuran pada tempat yang tepat.

- d. Memberikan informasi siapa para tokoh yang sukses berbisnis kuliner.
 - e. Memberikan informasi perkembangan jenis makanan yang menjadi ciri khas di berbagai daerah di wilayah Indonesia
2. Motif Identitas Pribadi, yaitu motif yang mendorong individu menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak yang bersangkutan, meliputi :
- a. Sebagai individu untuk memotivasi diri sendiri agar dapat sukses berbisnis kuliner melalui strategi dan modal berjualan.
 - b. Sebagai dorongan individu untuk mengeksplorasi kreativitas dalam membuat langsung resep makanan pada satu adonan menjadi beragam variasi.
 - c. Sebagai dorongan untuk menemukan panutan/contoh figure orang sukses melalui berwirausaha.
 - d. Meningkatkan pemahaman pada diri sendiri melalui tanya jawab tentang resep makanan, usaha yang dirintis.
 - e. Menemukan penunjang nilai – nilai pribadi berwisata kuliner.
3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial, yaitu motif yang berkenaan pada kelangsungan hubungan individu dengan orang lain, meliputi :
- a. Menjadikan segala informasi yang diperoleh mengenai resep makanan dan berbisnis kuliner sebagai pembicaraan dengan teman.
 - b. Memberikan informasi tentang resep original yang menjadi makanan favorit kepada teman, sanak keluarga, dan masyarakat di lingkungan sekitar.
 - c. Memberikan informasi dan mengajak teman atau masyarakat disekitar untuk menerapkan berbisnis kuliner dengan modal minim.

- d. Memberikan pengetahuan dari keadaan orang lain yang bisa meraih sukses mengolah makanan sederhana menjadi nilai jual tinggi
 - e. Hubungan saya dengan orang lain (masyarakat) menjadi dekat.
4. Motif Hiburan yaitu, motif yang berkaitan dengan kebutuhan akan pelepasan diri dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan, meliputi :
- a. Memberikan kenikmatan melalui nilai seni resep makanan yang bervariasi dan unik.
 - b. Mengatasi rasa bosan ketika jenuh.
 - c. Dapat melepaskan diri dari berbagai permasalahan.
 - d. Mengisi atau menghabiskan waktu luang.
 - e. Memperoleh hiburan dan kesenangan (penyaluran emosi).

Dalam penelitian ini, pengukuran variabel menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2011 : 93), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan menggunakan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan, pertanyaan, atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata kesetujuan dan ketidaksetujuan. Jawaban pernyataan digolongkan menjadi empat alternative jawaban, yaitu : “Sangat Setuju”, “Setuju”, “Tidak Setuju”, dan “Sangat Tidak Setuju”.

Dalam kategorisasi ini, alternative jawaban “Ragu-Ragu” (undecided) ditiadakan. Menurut Hadi (2000 : 20), alasannya adalah sebagai berikut :

1. Kategori undecided memiliki arti ganda, biasa diartikan belum dapat memberikan jawaban netral dan ragu-ragu dan ini tidak diharapkan dalam instrument penelitian.
2. Tersedianya jawaban ditengah/netral akan menghilangkan banyaknya informasi yang dapat dijangkau responden.
3. Tersedianya jawaban ditengah/netral akan menimbulkan kecenderungan menjawab ketengah, terutama bagi mereka yang jawabannya ragu-ragu.

Skala interval yang diberikan adalah sama dan berlaku untuk semua variabel, baik kategori kepuasan maupun motif yang diperoleh. Selanjutnya sub-sub yang digunakan pada masing-masing jawaban sikap diberi bobot skor sebagai berikut :

- | | |
|---------------------------|---|
| Sangat Setuju (SS) | : diberi skor 4, jika responden sangat menyetujui dan sependapat dengan pernyataan yang diajukan. |
| Setuju (S) | : diberi skor 3, jika responden setuju akan tetapi ada keraguan dengan pernyataan yang diajukan. |
| Tidak Setuju (TS) | : diberi skor 2, jika responden tidak sependapat dengan pernyataan yang diajukan. |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | : diberi skor 1, jika responden sangat tidak sependapat dengan pernyataan yang diajukan. |

Skoring dilakukan dengan menjumlahkan skor dari setiap sub, baik kategori kepuasan maupun motif yang diperoleh, dari tiap-tiap kuisioner sehingga diperoleh skor total dari tiap kuisioner tersebut untuk masing-masing individu. Selanjutnya, tiap-tiap kategori kepuasan yang diharapkan (GS) dan kategori kepuasan yang diperoleh (GO) diukur melalui pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada angket.

Setelah itu, jawaban yang telah dipilih kemudian diberi skor dan di total. Total skor dalam setiap kategori baik kepuasan yang diharapkan (GS) maupun kepuasan yang diperoleh (GO) di kategorisasikan ke dalam tiga bentuk interval, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Penentuan interval dilakukan dengan penggunaan range. Range untuk masing-masing kategorinya, ditentukan rumus :

$$R \text{ (range)} = \text{skor jawaban tertinggi} - \text{skor jawaban terendah}$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{skor jawaban tertinggi} - \text{skor jawaban terendah}}{\text{jenjang yang diinginkan}}$$

Keterangan :

Skor jawaban tertinggi : hasil kali antara jumlah banyak pertanyaan dengan nilai tertinggi.

Skor jawaban terendah : hasil kali antara jumlah banyak pertanyaan dengan nilai terendah.

Interval : batasan dari setiap angkatan.

Maka :

$$\text{Interval} = \frac{(4 \times 5) - (1 \times 5)}{3} = 5$$

Hasil interval diatas menunjukkan bahwa pemberian skor pada jawaban responden adalah sebagai berikut :

Rendah = 5 - 9

Sedang = 10 – 14

Tinggi = 15 – 20

Rendah : Mempunyai kepuasan sangat sedikit atau rendah yang didapat berdasarkan motif individu dalam pemenuhan kebutuhan membaca Tabloid Saji.

Sedang : Mempunyai kepuasan hanya sebagian saja atau sedang yang didapat berdasarkan motif individu dalam pemenuhan kebutuhan membaca Tabloid Saji.

Tinggi : Mempunyai kepuasan sangat banyak atau tinggi yang didapat berdasarkan motif individu dalam pemenuhan kebutuhan membaca Tabloid Saji.

Jika telah diketahui skor dan tingkat interval dari tiap - tiap kategori (GS dan GO), maka hasil yang diperoleh akan diinterpretasikan dan di analisis. Kesenjangan kepuasan Ibu rumah tangga dalam membaca tabloid Saji dapat diukur melihat jawaban yang diberikan responden mengenai Gartifications Sought (GS) dan Gratifications Obtained (GO). Indikator terjadinya kesenjangan (discrepancy) kepuasan atau tidak adalah sebagai berikut :

4. Jika $GS = GO$, maka terdapat kepuasan karena seluruh kebutuhan telah terpenuhi.
5. Jika $GS < GO$, maka terjadi kesenjangan kepuasan. Hal ini dikarenakan kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain, bahwa jenis media massa yang dikonsumsi dapat memuaskan khalayaknya.
6. Jika $GS > GO$, maka terjadi kesenjangan kepuasan. Hal ini dikarenakan ada beberapa kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan

yang diinginkan. Dengan kata lain, bahwa jenis media massa yang dikonsumsi tersebut tidak memuaskan khalayaknya.

Semakin besar kesenjangan mean skor yang terjadi, maka makin tidak memuaskan media tersebut bagi khalayaknya. Sebaliknya, semakin kecil kesenjangan mean skor yang terjadi, maka makin memuaskan media tersebut bagi khalayaknya.

3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.3.1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga yang bertempat tinggal di Surabaya yang membaca tabloid Saji yang terbit setiap dwiminggu pada hari rabu. Ibu rumah tangga dalam penelitian ini yang dimaksud adalah seorang istri (ibu) yang hanya mengurus berbagai pekerjaan dalam rumah tangga saja (tidak bekerja di kantor). Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Surabaya tahun 2010 diketahui bahwa jumlah penduduk Ibu rumah tangga di Surabaya yang berusia 25 - 45 tahun adalah 598.748 orang (Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, 2010 : 78).

Peneliti mengambil populasi Ibu rumah tangga yang berusia 25 - 45 tahun. Sebab pada usia 25 – 45 tahun seseorang yang sudah menikah dianggap mampu berorientasi pada tugas bukan pada diri sendiri atau ego, mengendalikan perasaan pribadi, bersikap objektif berusaha mencapai keputusan dalam keadaan yang bersesuaian dengan kenyataan, menerima kritik dan saran, bertanggung jawab, penyesuaian yang realistis terhadap situasi-situasi baru, dan mampu menyeimbangkan antara dorongan-dorongan, minat-minat dengan kemampuannya sehingga memperoleh kedudukan yang pantas atau sesuai (Mappiare, 1983 : 17).

3.3.2. Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik Sampling Purposive yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2011 : 85) dengan kriteria :

1. Ibu Rumah Tangga
2. Berusia 25 - 45 tahun
3. Pembaca aktif tabloid Saji

Jumlah sampel akan ditentukan berdasar ukuran n yang akan dicari terlebih dahulu berdasarkan rumus Yamane. Pada rumus tersebut menetapkan bahwa derajat ketelitian (d) sebesar 0,1 dengan tingkat kepercayaan sebesar 90%.

Menurut Rakhmat (2011 : 82) rumus Yamane yang sederhana ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan :

N : Jumlah populasi

n : Jumlah sampel

d : Presisi (derajat ketelitian = 0,1)

Maka :

$$n = \frac{598748}{598748 \times (0,1)^2 + 1} = \frac{598748}{5988,48}$$

$n = 99,98330127$ (dibulatkan n menjadi 100 responden)

Dengan demikian banyaknya jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 100 responden. Pada penelitian ini, sampel dipilih dengan batasan yaitu responden yang membaca tabloid Saji minimal 1 kali dalam sebulan.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang dipergunakan diperoleh melalui beberapa sumber yaitu :

1. Data Primer

Adalah data yang diperoleh secara langsung melalui daftar pertanyaan dari pertanyaan terstruktur kepada responden yang berisi daftar pertanyaan yang ada pada kuisioner. Datanya berupa sejumlah jawaban atas beberapa pertanyaan yang diajukan kepada Ibu rumah tangga dalam membaca tabloid Saji.

2. Data Sekunder

Adalah data yang tidak langsung didapat dari lapangan. Data yang diperoleh biasanya melalui bahan-bahan pustaka yang terkait dengan masalah-masalah yang diteliti. Bahan-bahan pustaka yang digunakan bisa berupa internet, buku, literatur, atau informasi lainnya. Bisa juga diperoleh dari informasi yang diberikan oleh pihak Tabloid Saji.

Semua hal tersebut diatas dapat dilakukan apabila dalam kuisioner yang diajukan terdapat pertanyaan yang kurang dapat dipahami dan dapat dijelaskan oleh peneliti. Sehingga dimungkinkan untuk menghindari terjadinya salah persepsi serta mendapatkan jawaban yang valid.

3.5. Metode Analisis Data

Pada penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah menggunakan uji-t (t-test). Pertimbangan mengapa peneliti menggunakan rumus statistik adalah karena t-test berfungsi sebagai uji perbandingan (komparasi). Uji-t berfungsi untuk membandingkan beda mean sebenarnya atau yang diperoleh dengan beda mean yang diharapkan. Dengan kata lain, uji-t digunakan untuk memperoleh perbandingan rata-rata antara dua variabel yang diteliti dalam satu kelompok sampel (Sumanto, 2002 : 218).

Data yang diperoleh dianalisis melalui tahap-tahap berikut ini :

1. Masing-masing variabel Gratifications Sought (GS) dan Gratifications Obtained (GO) dijumlahkan berdasarkan skor-skor yang telah ditetapkan sebelumnya. Sehingga diperoleh masing-masing skor Gratifications Sought (GS) dan Gratifications Obtained (GO).
2. Kemudian kedua skor masing-masing variabel tersebut dibandingkan dengan menggunakan metode analisis dengan uji-t dengan rumus :

$$t = \frac{M1 - M2}{\sqrt{\left[\frac{SS1 + SS2}{N1 + N2 - 2} \right] \left[\frac{1}{N1} + \frac{1}{N2} \right]}}$$

Dimana :

M1 : rata-rata Gratifications Sought (kelompok 1)

M2 : rata-rata Gratifications Obtained (kelompok 2)

$M \text{ (mean)} = \frac{\text{skor total dari tiap kelompok}}{\text{jumlah individu}}$
--

$$M1 \text{ (mean)} = \frac{\sum X_1}{N1} \quad \text{dan} \quad M2 \text{ (mean)} = \frac{\sum X_2}{N2}$$

$$SS1 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{N1} \quad \text{dan} \quad SS2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{N2}$$

Dimana ;

SS1 : Jumlah kuadrat kelompok 1

SS2 : Jumlah kuadrat kelompok 2

N1 : Jumlah sampel kelompok 1

N2 : Jumlah sampel kelompok 2

X₁: Jumlah skor kelompok 1

X₂: Jumlah skor kelompok 2

3. Setelah besar nilai t diketahui maka untuk menemukan apakah nilai t memiliki signifikan perbedaan atau tidak secara statistik diantara skor variabel-variabelnya, maka nilai t tersebut diselesaikan dengan tabel t-distribusi dengan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan (df), menggunakan rumus : $df = (n_1 + n_2) - 2$

4. Menentukan hipotesis statistik menurut (Supangat, 2008 : 371) adalah sebagai berikut :

a. Motif Informasi

H₀ : Kepuasan sebelum membaca tabloid Saji lebih rendah atau sama dengan dibandingkan kepuasan setelah membaca tabloid Saji pada motif Informasi.

H₁ : Kepuasan sebelum membaca tabloid Saji lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan setelah membaca tabloid Saji pada motif Informasi.

b. Motif Identitas Pribadi

H_0 : Kepuasan sebelum membaca tabloid Saji lebih rendah atau sama dengan dibandingkan kepuasan setelah membaca tabloid Saji pada motif Identitas Pribadi.

H_1 : Kepuasan sebelum membaca tabloid lebih tinggi dibandingkan kepuasan setelah membaca tabloid Saji pada motif Identitas Pribadi.

c. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

H_0 : Kepuasan sebelum membaca tabloid Saji lebih rendah atau sama dengan dibandingkan kepuasan setelah membaca tabloid Saji pada motif Integrasi dan Interaksi Sosial.

H_1 : Kepuasan sebelum membaca tabloid Saji lebih tinggi dibandingkan kepuasan setelah membaca tabloid Saji pada motif Integrasi dan Interaksi Sosial.

d. Motif Hiburan

H_0 : Kepuasan sebelum membaca tabloid Saji lebih rendah atau sama dengan dibandingkan kepuasan setelah membaca tabloid Saji pada motif Hiburan.

H_1 : Kepuasan sebelum membaca tabloid Saji lebih tinggi dibandingkan kepuasan setelah membaca tabloid Saji pada motif Hiburan.

5. a. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Artinya tidak ada beda yang signifikan antara yang diperoleh dengan yang diharapkan. Dengan kata lain tidak ada perbedaan mean skor yang signifikan antara Gratifications Sought (GS) dan Gratifications Obtained (GO).

- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Artinya ada beda yang signifikan antara yang diperoleh dengan yang diharapkan. Dengan kata lain ada perbedaan mean skor yang signifikan antara Gratifications Sought (GS) dengan Gratifications Obtained (GO). (Nazir, 2005 : 398).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data

4.1.1. Gambaran Umum Penelitian

Tabloid Saji terbit mulai Agustus 2003 di bawah manajemen Kompas Gramedia. Tabloid Kuliner pertama di Indonesia ini menawarkan ribuan resep, panduan pelesiran dan jajan, hingga berita aktual seputar kuliner Nusantara. Tabloid yang terbit setiap dwimingguan sekali setiap hari rabu ini bertiras 356.750 eksemplar diseluruh wilayah Indonesia. Alasan Tabloid Saji memberitakan informasi seputar kuliner adalah ingin memberikan pengetahuan dan wawasan serta hiburan bagi pecinta kuliner melalui resep masakan kuliner yang bervariasi, unik dan menarik, tips tentang pembuatan makanan langsung jadi, cara penggunaan peralatan masak yang benar, sekaligus kisah sukses para wirausaha yang berhasil mengolah makanan kecil menjadi makanan yang mempunyai nilai jual tinggi dengan khas yang dimiliki sehingga tetap menjadikan makanan favorit di mata para pecinta kuliner.

Tabloid yang memiliki ukuran 290x430 mm dan mempunyai jumlah 24 halaman sempat mengguncang pasar media boga ini memang primadona para ibu rumah tangga yang akrab dengan urusan dapur. Saji menjadi tabloid kuliner pertama dengan gaya bahasa mudah dicerna dan harga ekonomis.

Lay out pada tabloid Saji dibuat lebih hidup, fresh, berwarna-warni sedemikian rupa agar lebih terkesan menarik dan dinamis di mata masyarakat.

4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Memasak itu mudah. Inilah misi yang dan virus yang ingin ditularkan kepada seluruh masyarakat agar memberikan masakan bagi anggota keluarga di rumah. Selain lebih hemat, juga variatif, mudah, dan enak. Yuk, kita tularkan semangat untuk memasak.

4.1.3. Susunan Redaksi

a. Editorial

Editor In Chief	: Semijati Purwadaria
Culinary Officer	: Danni Setyotantomo (koordinator), Karina Naftali, Buyng Ariputra
Online	: Susan Nancy Lauwrentz
Kitchen Test Officer	: Yanne Christine (Koordinator), Sandi, Qori Al Afghani, Fransiska Dwi Oktaviani, Khalilulah Rasyidi, Yosef Kris
Asisten Dapur Saji	: Damiana Diansari
Helper	: Taufik Hidayat, Reza Dermawan, Trisnawati
Reporter	: Miftakh Faried, Shanti Kusmayanti, Robertus Andi Kristianto
Graphic Designer	: Triana L. B. Tangjong (Wakil Koordinator), Benyamin Wienarto, Kharisma Cakra
Food Stylist	: Naomi D. Purnomosari (Koordinator), Sandra C. Latumanuji
Photographers	: Agustua Fajarmon (Koordinator), Agung P. Waluyo, Sukur Priatmo
Editorial Secretary	: Maria Langlang Wati

Keuangan : Yustina Endah Rahayu

General Services : Aryawan, Sukaja

b. Publishing

Publisher : Lis R. Soelaeman

Business Director : Indriyana

Advertising Sales Manager : Monica Rina Jaya

Assistant Sales Manager : Aquilina Widya Ningrum

Account Executive :Lanti Ruhiyat, Anitha Yuniarti

Digital Account Executive : Melati

Front Office : Rintan Puspitasari

Promotion Executive :Narulitha Widyasari, Silvia
Miranti

Circulation & Distributor : Eddi Efanto

Production Director : Elizabeth Manalu

Group Director : Elwin Siregar

Group Editorial Director : Hendra Noor Saleh

Group Advertising, Sales and Marketing Director : Robby Chistoffer

4.2. Penyajian Data dan Analisis Data

Dalam bab ini akan dibagi menjadi dua bagian yaitu penyajian data dan analisa data serta pengujian hipotesis. Untuk penyajian data akan dibagi menjadi Sembilan sub bab, yaitu :

1. Analisa Deskriptif responden meliputi usia, tingkat pendidikan terakhir, dan frekuensi membaca dalam sebulan.
2. Kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) pada motif Informasi (Surveillance) membaca tabloid Saji.
3. Kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) pada motif Identitas Pribadi (Personal Identity) membaca tabloid Saji.
4. Kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) pada motif Integrasi dan Interaksi Sosial (Personal Relationship) membaca tabloid Saji.
5. Kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) pada motif Hiburan (Diversi) membaca tabloid Saji.
6. Kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) pada motif Informasi (Surveillance) setelah membaca tabloid Saji.
7. Kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) pada motif Identitas Pribadi (Personal Identity) setelah membaca tabloid Saji.
8. Kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) pada motif Integrasi dan Interaksi Sosial (Personal Relationship) setelah membaca tabloid Saji.
9. Kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) pada motif Hiburan (Diversi) setelah membaca tabloid Saji.

Untuk analisis data dan pengujian hipotesis, hasil penelitian ini akan memuat dua hal, yaitu :

1. Uji komparasi antara Gratification Sought sebelum membaca tabloid Saji dengan Gratifications Obtained setelah membaca tabloid Saji kemudian dengan menggunakan uji t-test dilanjutkan dengan analisis.

2. Sebagai pelengkap analisis data, hasil penelitian akan disertai pula dengan interpretasi. Fungsi dari interpretasi ini untuk dapat menerangkan data-data secara konseptual sehingga mampu memperkaya hasil analisis data.

4.2.1.

No	Usia	F	%
1	25 - 29 Tahun	27	27

Deskriptif

Responden

Analisis

Identitas

Responden dalam penelitian ini adalah ibu-ibu rumah tangga berdomisili di wilayah Surabaya yang merupakan seorang istri (ibu) yang hanya mengurus berbagai pekerjaan dalam rumah tangga saja (tidak bekerja di kantor). Berdasarkan usia, tingkat pendidikan, dan frekuensi membaca dalam sebulan.

Berikut ini data identitas responden yang telah diperoleh dari lapangan dengan cara menyebarkan kuisioner, selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif berdasarkan tabel frekuensi.

4.2.2. Usia Responden

Usia responden pada penelitian ini berkisar antara 25-45 tahun. Selengkapnya, presentase jumlah responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel frekuensi dibawah ini :

Tabel 1

Usia Responden
n = 100

2	30 – 34 Tahun	21	21
3	35 – 39 Tahun	20	20
4	40 – 45 Tahun	32	32
	Jumlah	100	100

Sumber : Kuisioner

Berdasarkan tabel 1 di atas terlihat bahwa responden dalam penelitian ini terbanyak berusia 40-45 tahun, yakni sebanyak 32 % atau 32 orang responden ibu-ibu rumah tangga yang membaca tabloid Saji. Selanjutnya, di urutan kedua ibu rumah tangga berusia 25-29 tahun sebanyak 27 % atau 27 orang. Sedangkan di urutan ketiga responden ibu rumah tangga berusia 30-34 tahun sebanyak 21 % atau 21 orang dan ibu rumah tangga yang berusia 35-39 tahun sebanyak 20 % atau 20 orang. Hal ini menunjukkan bahwa ibu-ibu rumah tangga yang membaca tabloid Saji lebih banyak pada usia matang atau akhir produktif karena pada usia ini ibu rumah tangga telah banyak memiliki pengalaman dalam memasak dan lebih memahami tentang resep baru mengolah dan meracik makanan pada tabloid Saji untuk diaplikasikan pada kehidupan sehari-hari. Selain itu, pada usia 40-45 tahun ibu rumah tangga juga sudah dianggap mampu jika memiliki usaha sendiri dalam bidang kuliner mengolah bahan baku menjadi makanan yang lezat yang memiliki nilai jual tinggi.

Untuk usia 40 tahun kebawah, mereka masih cenderung mengonsumsi media hanya untuk sekedar mendapatkan informasi terbaru resep makanan di tabloid Saji, namun dalam mengaplikasikan belum maksimal diterapkan di kehidupan sehari-

hari. Dalam hal ini, faktor usia sangat berpengaruh pada penentuan dalam memenuhi kebutuhan yang ingin dipuaskan, cara berpikir dan aktivitas sehari-hari dalam memilih informasi pada media.

4.2.3. Tingkat Pendidikan Terakhir Responden

Pada penelitian ini, tabel frekuensi tentang tingkat pendidikan responden disajikan sebagai berikut ini :

Tabel 2
Tingkat Pendidikan Terakhir Responden
n = 100

No	Tingkat Pendidikan Terakhir	F	%
1	SD	4	4
2	SMP	13	13
3	SMA/SMK	43	43
4	Diploma/Akademi	17	17
5	Perguruan tinggi	23	23
	Jumlah	100	100

Sumber : Kuisioner

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa paling banyak responden tingkat pendidikan terakhir adalah SMA/SMK sebanyak 43 % atau 43 orang. Pada urutan kedua tingkat pendidikan terakhir responden adalah 23 % atau 23 orang. Sedangkan urutan ketiga tingkat pendidikan terakhir responden adalah diploma/akademi sebanyak 17 % atau 17 orang. Urutan keempat tingkat pendidikan terakhir responden adalah SMP sebanyak 13 % atau 13 orang. Dan yang terakhir pada urutan kelima tingkat pendidikan responden adalah SD sebanyak 4 % atau 4 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden ibu rumah tangga yang membaca tabloid Saji mayoritas pendidikan terakhirnya pada tingkat SMA/SMK. Pada tingkat

ini seorang ibu rumah tangga sudah dikatakan memiliki kreativitas dalam mengolah beragam variasi jenis masakan baru pada tabloid Saji dan memotivasi dirinya untuk terinspirasi menjadikan makanan yang sederhana menghasilkan keuntungan dalam berwirausaha kuliner. Selain itu, pada ibu rumah tangga di tingkat SMA/SMK cara berpikirnya akan berbeda dengan yang berpendidikan rendah karena pada survey di lapangan yang telah dilakukan oleh peneliti, ternyata semakin rendah tingkat pendidikan maka semakin sulit ibu rumah tangga untuk memahami pesan yang disajikan pada kalimat-kalimat yang tergolong nasional di tabloid Saji, sehingga resep yang dipraktekkan langsung hasilnya kurang pas.

4.2.4. Frekuensi Membaca Responden dalam Sebulan

Berikut ini akan disajikan tabel mengenai frekuensi membaca responden dalam sebulan pada penelitian ini

Tabel 3
Frekuensi Membaca Responden dalam Sebulan
n = 100

No	Frekuensi Membaca	F	%
1	1-4 kali	41	41
2	5-8 kali	59	59
	Jumlah	100	100

Sumber : Kuisisioner

Dari tabel 3 diketahui bahwa sebagian responden frekuensi membaca dalam sebulan paling banyak 5-8 kali yang sebanyak 59 % atau 59 orang. Sedangkan responden yang frekuensi membaca 1-4 kali sebanyak 41% atau 41 orang. Para responden yang frekuensi membacanya terbanyak karena mereka selalu mengikuti resep-resep masakan variatif terbaru di tabloid Saji. Selain itu mereka juga lebih

tertarik ada rubrik tentang cara mencari peluang dalam berwirausaha kuliner di tabloid Saji, namun terkadang responden juga membaca tabloid kuliner lainnya. Responden yang paling sedikit frekuensi membaca karena cenderung tidak berlangganan tabloid Saji, mereka biasa melihat tentang masakan kuliner mengolah makanan melalui tayangan reality show di televisi.

4.2.5. Kepuasan Yang Diinginkan (Gratifications Sought) Ketika Membaca Tabloid Saji

Gratifications Sought (GS) adalah motif yang ditimbulkan dari sejumlah kebutuhan yang ingin diperoleh individu yang mendorong seseorang tersebut menggunakan media yang bertujuan untuk mencapai kepuasan pada kebutuhan tertentu. Dalam penelitian ini motif yang dimaksud adalah motif ibu rumah tangga dalam membaca tabloid Saji. Kepuasan yang diinginkan ibu rumah tangga dalam membaca tabloid Saji diukur dengan menggunakan skala Likert (skala sikap). Pada penelitian ini kepuasan yang diinginkan atau diharapkan dibagi dalam empat motif yaitu Informasi (Surveillance), Identitas Pribadi (Personal Identity), Integrasi dan Interaksi Sosial (Personal Relationship) serta Hiburan (Diversi).

1. Kepuasan Yang Diinginkan (GS) Pada Motif Informasi (Surveillance) Ketika Membaca Tabloid Saji.

Kepuasan yang diinginkan pada motif ini berkaitan dengan kebutuhan individu untuk mencari informasi tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat atau masyarakat sekitar, penambahan pengetahuan dan wawasan tentang resep baru dan panduan usaha kuliner, rasa ingin tahu mengenai cara menanam sayur dan buah-buahan, dorongan mencari pembelajaran dalam

mengolah bahan baku. Kepuasan yang diinginkan diukur melalui lima pertanyaan dalam kuisisioner, dan berikut ini digambarkan pada tabel frekuensi dari jawaban responden untuk kelima pernyataan tersebut :

Tabel 4
Keinginan Memperoleh Wawasan Tentang Resep Baru
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	3	3
2	Tidak Setuju	4	4
3	Setuju	63	63
4	Sangat Setuju	30	30
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 1A

Berdasarkan hasil tabel 4 diatas dapat diketahui responden terbanyak yang menjawab setuju yaitu sebanyak 63 orang atau 63%. Kemudian diurutan kedua responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 30 orang atau 30%. Responden diurutan ketiga menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4% dan responden diurutan keempat menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3% membaca rubrik Saji Unggul, Saji Nusantara, Menu minggu ini, dan Menu Pilihan.

Banyaknya responden yang menjawab setuju disebabkan responden menyukai informasi pada tabloid Saji mengenai resep masakan baru yang unik dan kreatif dengan berbagai macam variasi dan di coba langsung membuat masakan untuk keluarga tercinta.

Tabel 5
Keinginan Fungsi Penanganan Mengolah Bahan Baku
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	3	3
2	Tidak Setuju	11	11
3	Setuju	67	67

4	Sangat Setuju	19	19
	Total	100	100

Sumber : Kusioner No. 2A

Berdasarkan hasil tabel 5 diatas dapat diketahui responden terbanyak menjawab setuju sebanyak 67 orang atau 67 %. Kemudian diurutan kedua responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang atau 19 %. Sedangkan responden urutan ketiga dan keempat yang menjawab tidak setuju sebanyak 11 orang atau 11 % dan responden yang menjawab sangat tidak setuju 3 orang atau 3%. Hal ini menunjukkan bahwa responden membutuhkan informasi sebagai kebutuhan melalui fungsi penanganan tepat mengolah bahan baku agar menjadi masakan yang lezat misal, cake dengan gula harum agar cake menjadi lebih lembut teksturnya dalam membaca rubrik Top-Tip.

Tabel 6
Keinginan Tips Menanam
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	4	4
2	Tidak Setuju	17	17
3	Setuju	51	51
4	Sangat Setuju	28	28
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 3A

Berdasarkan hasil tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa responden terbanyak menjawab setuju sebanyak 51 orang atau 51%. Kemudian diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang atau 28%. Sedangkan diurutan ketiga dan

keempat responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 17 orang atau 17% dan untuk responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4 %. Hal ini menunjukkan responden ingin mendapatkan kebutuhan informasi pada tabloid Saji melalui tips menanam buah dan sayuran yang tepat sesuai bentuk, warna dan ragam varietas dengan menggunakan media tanam yang tepat, pemupukan, pembentukan dan pelengkungan dalam membaca rubrik cara tanam.

Tabel 7
Keinginan Mengetahui Para Tokoh Sukses
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1
2	Tidak Setuju	14	14
3	Setuju	52	52
4	Sangat Setuju	33	33
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 4A

Berdasarkan hasil tabel 7 diatas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab setuju sebanyak 52 orang atau 52% . Sedangkan diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 33 orang atau 33%. Diurutan ketiga dan keempat responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 14 orang atau 14% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%. Hal ini menunjukkan bahwa responden menjawab setuju ingin memenuhi kebutuhan dari tabloid Saji untuk mengetahui informasi para tokoh yang sukses berbisnis kuliner mengolah bahan baku sehingga dikenal masyarakat luas sebagai masakan favorit di mata para pecinta kuliner dalam membaca rubrik artikel, aktual, dan inspirasi usaha.

Tabel 8
Keinginan Mengetahui Perkembangan Jenis Makanan Indonesia
n=100

No	Jawaban	Jumlah	%
----	---------	--------	---

1	Sangat Tidak Setuju	1	1
2	Tidak Setuju	13	13
3	Setuju	63	63
4	Sangat Setuju	23	23
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 5A

Berdasarkan hasil tabel 8 diatas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab setuju sebanyak 63 orang atau 63%. Kemudian diurutkan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang atau 23%. Diurutkan ketiga dan keempat responden menjawab tidak setuju sebanyak 13 orang atau 13% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang membaca rubrik pelesir dan Saji Nusantara cenderung lebih banyak ingin kebutuhan informasi yang berkaitan dengan informasi mengenai perkembangan jenis makanan kuliner yang menjadi ciri khas di masing-masing daerah, misal soto sadang atau colenak yang berasal dari kota Purwakarta. Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju disebabkan makanan dari berbagai daerah terkesan aneh rasanya ketika lidah belum terbiasa mencicipi pertama kali masakan tersebut.

Selanjutnya dari hasil kelima pertanyaan tersebut jawaban yang dipilih di skor kemudian dikategorikan dalam kategori rendah, sedang dan tinggi. Dengan demikian pemberian skor pada jawaban responden adalah :

$$\text{Range (R)} = \frac{\text{skor jawaban tertinggi} - \text{skor jawaban terendah}}{\text{jenjang yang diinginkan}}$$

$$\text{Range (R)} = \frac{(4 \times 5) - (1 \times 5)}{3} = 5$$

Maka :

- a. GS Motif Informasi Rendah = 5 – 9

Interval 5 hingga 9 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GS Motif Informasi berada pada interval 5 hingga 9 maka digolongkan kedalam kategori rendah.

- b. GS Motif Informasi Sedang = 10 – 14

Interval 10 hingga 14 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GS Motif Informasi berada pada interval 10 hingga 14 maka digolongkan kedalam kategori sedang.

- c. GS Motif Informasi tinggi = 15 – 20

Interval 15 hingga 20 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GS Motif Informasi berada pada interval 15 hingga 20 maka digolongkan kedalam kategori tinggi.

Tabel 9
Kepuasan Yang Diinginkan (GS) Pada Motif Informasi (Surveillance)

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Rendah	2	2
2	Sedang	24	24
3	Tinggi	74	74
	Total	100	100

Sumber :

Hasil Olahan Data

Dari tabel 9 diatas ternyata sebagian besar responden memiliki GS pada motif informasi ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori tinggi yaitu sebanyak 74 orang atau 74% , serta GS motif informasi ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori sedang berjumlah 24 orang atau 24% dan GS motif informasi ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori rendah berjumlah 2 oarang atau 2%. Hal ini

dapat dijelaskan bahwa responden merasa dengan membaca tabloid Saji akan mampu memperoleh pengetahuan dan wawasan tentang resep makanan baru yang unik dan kreatif, fungsi penanganan yang tepat mengolah bahan baku, tips menanam buah atau sayur yang tepat, mengetahui tokoh sukses berbisnis kuliner, dan perkembangan jenis makanan yang menjadi ciri khas di berbagai wilayah Indonesia.

2. Kepuasan Yang Diinginkan (GS) Pada Motif Identitas Pribadi (Personal Identity) Ketika Membaca Tabloid Saji.

Kepuasan yang diinginkan atau diharapkan berkaitan dengan motif identitas personal (Personal Identity) yaitu eksplorasi kreativitas, motivasi diri, mencari figure orang sukses yang dapat dijadikan panutan dalam berbisnis, dorongan meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri, mencari nilai-nilai pribadi dalam berwisata kuliner. Kepuasan yang diinginkan diukur melalui lima pertanyaan dalam kuisisioner, dan berikut ini digambarkan pada tabel frekuensi dari jawaban responden untuk kelima pernyataan tersebut :

Tabel 10
Keinginan Memotivasi Diri Sukses Berbisnis
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	2	2
2	Tidak Setuju	18	18
3	Setuju	62	62
4	Sangat Setuju	18	18
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 1B

Berdasarkan hasil tabel 10 diatas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab setuju sebanyak 62 orang atau 62%. Kemudian diurutan kedua dan ketiga responden menjawab sangat setuju dan tidak setuju yang memiliki prosentase sama yaitu 18 orang atau 18%. Sedangkan urutan keempat responden menjawab

sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2 %. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang menjawab setuju dalam membaca rubrik Panduan Usaha dan Peluang untuk memenuhi kebutuhannya ingin termotivasi agar dapat berbisnis kuliner yang dirintis mulai dari hal yang sederhana dan kemudian pada akhirnya dikenal oleh banyak orang karena citra rasa yang dimiliki dalam masakan khasnya. Namun, responden yang menjawab tidak setuju disebabkan karena usaha yang ingin dirintis terkadang hasilnya yang di praktekkan belum sesuai dengan apa yang di teorikan di tabloid Saji.

Tabel 11
Keinginan Mengeksplorasi kreativitas Membuat Beragam Variasi Adonan
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1
2	Tidak Setuju	10	10
3	Setuju	63	63
4	Sangat Setuju	26	26
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 2B

Berdasarkan hasil tabel 11 diatas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab setuju sebanyak 63 orang atau 63%. Kemudian diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 26 orang atau 26%. Diurutan ketiga dan keempat responden menjawab tidak setuju sebanyak 10 % atau 10% dan responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%. Hal ini menunjukkan bahwa responden membaca tabloid Saji ingin kebutuhan terpenuhi melalui informasi mengeksplorasi kreativitas membuat adonan yang beragam variasi karena adonan yang semakin beragam variasi akan membentuk keunikan dan kebanggaan tersendiri.

Namun, responden yang menjawab tidak setuju disebabkan karena hanya orang ahli yang benar-benar di bidang kuliner lebih mampu menciptakan variasi baru dalam memodifikasi.

Tabel 12
Keinginan Menemukan Figure Orang Sukses
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	3	3
2	Tidak Setuju	22	22
3	Setuju	53	53
4	Sangat Setuju	22	22
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 3B

Berdasarkan hasil tabel 12 diatas dapat diketahui bahwa responden terbanyak menjawab setuju sebanyak 53 orang atau 53%. Sedangkan diurutan kedua dan ketiga memiliki jumlah prosentase sama yakni responden yang menjawab sangat setuju dan tidak setuju sebanyak 22 orang atau 22%. Urutan keempat responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3%. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa dalam membaca rubrik Inspirasi Usaha untuk mencari kebutuhan mengenai figure orang sukses dalam bidang kuliner sehingga dapat dikenal masyarakat.

Untuk pernyataan berikutnya mengenai keinginan ibu rumah tangga dalam membaca meningkatkan pemahaman diri sendiri melalui tanya jawab tentang resep makanan dan usaha yang dirintis.

Tabel 13
Keinginan Meningkatkan Pemahaman Melalui Tanya Jawab
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	2
2	Tidak Setuju	24	24
3	Setuju	54	54
4	Sangat Setuju	20	20
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 4B

Berdasarkan hasil tabel 13 diatas dapat diketahui bahwa diurutan responden terbanyak menjawab setuju sebanyak 54 orang atau 54%. Kemudian diurutan kedua responden menjawab tidak setuju sebanyak 24 orang atau 24%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang atau 20% dan responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%. Banyaknya responden yang menjawab setuju disebabkan ibu rumah tangga ingin dalam memenuhi kebutuhan membaca rubrik Konsultasi Usaha dan Tanya Pakar untuk meningkatkan pemahaman pada diri sendiri melalui tanya jawab seputar resep makanan dan mengenai usaha yang akan atau sudah dirintis dengan ahli pakarnya guna mendapatkan solusi tepat yang harus dilakukan.

Tabel 14
Keinginan Menemukan Penunjang Nilai - Nilai Pribadi
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	3	3
2	Tidak Setuju	24	24
3	Setuju	53	53
4	Sangat Setuju	20	20
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 5B

Berdasarkan hasil tabel 14 dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab setuju sebanyak 53 orang atau 53%. Di urutan kedua responden menjawab tidak setuju sebanyak 24 orang atau 24%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat

responden menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang atau 20% dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3%. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa para responden membaca tabloid Saji dalam rubrik Pelesir ingin menemukan nilai-nilai penunjang pribadi mengenai wisata kuliner diberbagai daerah melalui citra rasa, keunikan, dan bentuk variasi dari makanan.

Selanjutnya dari hasil kelima pertanyaan tersebut jawaban yang dipilih di skor kemudian dikategorikan dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi. Dengan demikian pemberian skor pada jawaban responden adalah :

$$\text{Range (R)} = \frac{\text{skor jawaban tertinggi} - \text{skor jawaban terendah}}{\text{jenjang yang diinginkan}}$$

$$\text{Range (R)} = \frac{(4 \times 5) - (1 \times 5)}{3} = 5$$

Maka :

- a. GS Motif Identitas Pribadi Rendah = 5 – 9

Interval 5 hingga 9 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GS Motif Identitas Pribadi berada pada interval 5 hingga 9 maka digolongkan kedalam kategori rendah.

- b. GS Motif Identitas Pribadi Sedang = 10 – 14

Interval 10 hingga 14 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GS Motif Identitas Pribadi berada pada interval 10 hingga 14 maka digolongkan kedalam kategori sedang.

- c. GS Motif Identitas Pribadi tinggi = 15 – 20

Interval 15 hingga 20 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GS Motif Identitas Pribadi berada pada interval 15 hingga 20 maka digolongkan kedalam kategori tinggi.

Tabel 15
Kepuasan Yang Diinginkan (GS) Pada Motif Identitas Pribadi (Personal Identity)

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Rendah	0	0
2	Sedang	40	40
3	Tinggi	60	60
	Total	100	100

Sumber :

Olahan Data

Hasil

Berdasarkan hasil tabel 15 diatas ternyata sebagian besar responden memiliki GS pada motif identitas pribadi ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori tinggi yaitu sebanyak 60 orang atau 60% serta GS pada motif identitas pribadi membaca tabloid Saji kategori sedang berjumlah 40 orang atau 40% dan tidak satupun yang berada pada kategori rendah. Hal ini dapat dijelaskan bahwa responden merasa dengan membaca tabloid Saji akan mampu untuk memotivasi diri sendiri agar dapat sukses berbisnis kuliner melalui strategi dan modal berjualan, mengeksplorasi kreativitas dalam membuat langsung resep makanan pada satu adonan menjadi beragam variasi, menemukan figure orang sukses dalam berwirausaha kuliner, meningkatkan pemahaman diri sendiri melalui tanya jawab seputar resep makanan dan usaha yang sedang dirintis, menemukan nilai-nilai penunjang pribadi berwisata kuliner.

3. Kepuasan Yang Diinginkan (GS) Pada Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (Personal Relationship) Ketika Membaca Tabloid Saji

Kepuasan yang diinginkan berkaitan dengan motif integrasi dan interaksi sosial (Personal Relationship) yaitu motif yang meliputi integrasi dan interaksi sosial, merujuk pada kelangsungan hubungan individu tersebut dengan orang lain; persahabatan, kegunaan sosial, mampu merasakan keadaan orang lain, penghargaan dari orang lain, bahan perbincangan dan interaksi sosial, mendapatkan tambahan relasi/teman, sarana mendekatkan diri dengan orang lain. Kepuasan yang diinginkan diukur melalui kelima pertanyaan dalam kuisiонер, dan berikut ini digambarkan pada tabel frekuensi dari jawaban responden untuk kelima pernyataan tersebut .

Tabel 16
Keinginan Menjadikan Resep Makanan Dan Berbisnis Sebagai Pembicaraan
Dengan Teman
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	2	2
2	Tidak Setuju	16	16
3	Setuju	65	65
4	Sangat Setuju	17	17
	Total	100	100

Sumber : Kuisiонер No. 1C

Berdasarkan hasil tabel 16 dapat diketahui bahwa responden paling banyak mayoritas menjawab setuju yaitu sebanyak 65 orang atau 65%. Sedangkan diurutan kedua sebanyak sangat setuju sebanyak 17 orang atau 17%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden menjawab tidak setuju 16 orang atau 16% dan responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang atau 2%. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa responden yang membaca tabloid Saji

ingin memenuhi kebutuhan berbagi dengan teman mengenai resep makanan dan berbisnis kuliner.

Tabel 17
Keinginan Memberikan Informasi Resep Original Menjadi Makanan Favorit
Kepada Teman Dan Orang Sekitar
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	2	2
2	Tidak Setuju	16	16
3	Setuju	67	67
4	Sangat Setuju	15	15
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 2C

Berdasarkan hasil tabel 17 dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab setuju yaitu sebanyak 67 orang atau 67%. Diurutan kedua responden menjawab tidak setuju sebanyak 16 orang atau 16%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak 15 orang atau 15% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2%. Banyaknya responden menjawab setuju membaca tabloid Saji dalam rubrik Favorit Pembaca untuk berbagi informasi tentang resep original atau resep yang belum pernah ada sebelumnya yang menjadi makanan favorit bagi keluarga sehari-hari kepada teman, sanak keluarga, dan masyarakat dilingkungan sekitar.

Tabel 18
Keinginan Mengajak Teman Atau Masyarakat Menerapkan Bisnis Kuliner
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	20	20
3	Setuju	63	63
4	Sangat Setuju	17	17

	Total	100	100
--	-------	-----	-----

Sumber : Kuisioner No. 3C

Berdasarkan Tabel 18 diatas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab setuju yaitu sebanyak 63 orang atau 63%. Diurutan kedua responden menjawab tidak setuju sebanyak 20 orang atau 20%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak 17 orang atau 17% dan tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju. Banyaknya responden menjawab setuju saat membaca tabloid Saji dalam rubrik Peluang karena responden ingin memberikan informasi dan mengajak teman atau masyarakat sekitar untuk menerapkan bisnis kuliner dengan modal minim tetapi bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Tabel 19
Keinginan Sukses Mengolah Makanan Dari Keadaan Orang Lain
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1
2	Tidak Setuju	15	15
3	Setuju	73	73
4	Sangat Setuju	11	11
	Total	100	100

Sumber : Kuisioner No. 4C

Berdasarkan hasil tabel 19 diatas dapat diketahui bahwa responden paling banyak yang menjawab setuju yaitu sebanyak 73 orang atau 73%. Diurutan kedua responden menjawab tidak setuju sebanyak 15 orang atau 15 %. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak 11 orang atau 11%

dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%. Banyaknya responden yang menjawab setuju ingin pemenuhan kebutuhan dalam membaca tabloid Saji pada rubrik Inspirasi Usaha untuk memberikan pengetahuan dari keadaan orang lain melalui cerita inspirasi seseorang wirausaha yang bisa meraih sukses mengolah makanan sederhana menjadi nilai jual tinggi namun tetap menjadi sajian khas bagi pecinta kuliner diseluruh Indonesia.

Tabel 20
Keinginan Hubungan dengan Masyarakat Menjadi Dekat
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	6	6
2	Tidak Setuju	29	29
3	Setuju	45	45
4	Sangat Setuju	20	20
	Total	100	100

Sumber : Kuisioner No. 5C

Berdasarkan hasil tabel 20 diatas dapat diketahui bahwa responden mayoritas paling banyak menjawab setuju yaitu sebanyak 45 orang atau 45%. Sedangkan diurutan kedua responden menjawab tidak setuju sebanyak 29 orang atau 29%.kemudian diurutan ketiga dan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang atau 20% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6%. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa dalam pemenuhan kebutuhan responden membaca tabloid Saji pada rubrik Surat Anda ingin hubungannya dengan orang lain atau masyarakat semakin dekat melalui saran, komentar dan kritik responden pada redaksi tabloid Saji. Selain itu juga ingin menjalin keakraban yang bisa membangun citra positif dalam hal kesempurnaan yang lebih baik pada setiap hadirnya edisi baru pada tabloid Saji.

Selanjutnya dari hasil kelima pertanyaan tersebut jawaban yang dipilih di skor kemudian dikategorikan dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi. Dengan demikian pemberian skor pada jawaban responden adalah :

$$\text{Range (R)} = \frac{\text{skor jawaban tertinggi} - \text{skor jawaban terendah}}{\text{jenjang yang diinginkan}}$$

$$\text{Range (R)} = \frac{(4 \times 5) - (1 \times 5)}{3} = 5$$

Maka :

- a. GS Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Rendah = 5 – 9

Interval 5 hingga 9 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GS Motif Integrasi dan Interaksi Sosial berada pada interval 5 hingga 9 maka digolongkan kedalam kategori rendah.

- b. GS Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Sedang = 10 – 14

Interval 10 hingga 14 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GS Motif Integrasi dan Interaksi Sosial berada pada interval 10 hingga 14 maka digolongkan kedalam kategori sedang.

- c. GS Motif Integrasi dan Interaksi Sosial tinggi = 15 – 20

Interval 15 hingga 20 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GS Motif Integrasi dan Interaksi Sosial berada pada interval 15 hingga 20 maka digolongkan kedalam kategori tinggi.

Tabel 21

Kepuasan Yang Diinginkan (GS) Pada Motif Integrasi Dan Interaksi Sosial (Personal Relationship)

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Rendah	0	0
2	Sedang	44	44
3	Tinggi	56	56
	Total	100	100

Sumber : Hasil Olahan Data

Berdasarkan hasil tabel 21 diatas ternyata sebagian besar responden memiliki GS pada motif integrasi dan interaksi sosial ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori tinggi yaitu sebanyak 56 orang atau 56% serta GS pada motif integrasi dan interaksi sosial membaca tabloid Saji kategori sedang berjumlah 44 orang atau 44% dan tidak satupun yang berada pada kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa dengan membaca tabloid Saji akan mampu untuk menjadikan segala informasi yang diperoleh dari membaca tabloid Saji mengenai resep makanan dan berbisnis kuliner sebagai pembicaraan dengan teman, memberikan informasi kepada teman, sanak keluarga dan lingkungan sekitar tentang resep original buatan sendiri yang menjadi makanan favorit bagi keluarga tercinta, mengajak teman atau masyarakat untuk menerapkan bisnis kuliner dengan menggunakan modal minim, mengetahui keadaan orang lain yang bisa meraih sukses mengolah makanan sederhana menjadi nilai jual tinggi, dan hubungan dengan orang lain menjadi lebih dekat dan hangat.

4. Kepuasan Yang Diinginkan (GS) Pada Motif Hiburan (Diversi) Ketika Membaca Tabloid Saji

Kepuasan yang diinginkan atau diharapkan berkaitan dengan motif hiburan (Diversi) yaitu motif yang meliputi kebutuhan untuk melepaskan diri dari rutinitas, tekanan, dan masalah; sarana pelepasan emosi, kebutuhan akan hiburan dan

kesenangan, mencari sarana menghilangkan rasa bosan, dan mengisi waktu luang. Kepuasan yang diinginkan diukur melalui lima pertanyaan dalam kuisisioner dan berikut ini digambarkan pada tabel frekuensi dari jawaban responden untuk kelima pertanyaan tersebut :

Tabel 22
Keinginan Kenikmatan Melalui Nilai Seni Resep Makanan Yang Bervariasi
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	12	12
3	Setuju	65	65
4	Sangat Setuju	23	23
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 1D

Berdasarkan hasil tabel 22 diatas maka dapat diketahui bahwa responden mayoritas terbanyak menjawab setuju yaitu sebanyak 65 orang atau 65%. Kemudian diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang atau 23%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden menjawab tidak setuju sebanyak 12 orang atau 12% dan tidak satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa responden ingin memenuhi kebutuhan membaca tabloid Saji pada rubrik Saji Unggul, Menu Pilihan dan Menu Minggu ini agar mendapatkan kenikmatan melalui nilai seni resep makanan bervariasi dan unik.

Tabel 23
Keinginan Mengatasi Rasa Jenuh
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	3	3.0
2	Tidak Setuju	26	26.0
3	Setuju	58	58.0
4	Sangat Setuju	13	13.0
	Total	100	100.0

Sumber : Kuisioner No. 2D

Berdasarkan hasil tabel 23 diatas dapat diketahui bahwa responden mayoritas terbanyak menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 58 orang atau 58%. Kemudian diurutan kedua responden menjawab tidak setuju sebanyak 26 orang atau 26%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 13 orang atau 13% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3%. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa responden ingin memenuhi kebutuhan dalam membaca tabloid Saji untuk mengatasi rasa bosan dan jenuh ketika banyaknya rutinitas sehari-hari dalam menyelesaikan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga.

Tabel 24
Keinginan Melepaskan Diri Dari Berbagai Masalah
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	3	3
2	Tidak Setuju	30	30
3	Setuju	52	52
4	Sangat Setuju	15	15
	Total	100	100

Sumber : Kuisioner No. 3D

Berdasarkan hasil tabel 24 diatas dapat diketahui bahwa responden mayoritas terbanyak menjawab setuju yaitu sebanyak 52 orang atau 52%. Kemudian diurutan kedua responden menjawab tidak setuju sebanyak 30 orang atau 30%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 15

orang atau 15% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3%. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa responden ingin memenuhi kebutuhan dalam membaca tabloid Saji pada rubrik Konseling Usaha dan Tanya Pakar untuk melepaskan diri dari berbagai masalah sehingga mendapatkan cara pemecahan solusi yang tepat.

Tabel 25
Keinginan Mengisi Dan Menghabiskan Waktu Luang
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	8	8
2	Tidak Setuju	13	13
3	Setuju	62	62
4	Sangat Setuju	17	17
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 4D

Berdasarkan hasil tabel 25 diatas dapat diketahui bahwa responden mayoritas terbanyak menjawab setuju yaitu sebanyak 62 orang atau 62%. Kemudian diurutan kedua responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 orang atau 17%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 13 orang atau 13% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 8 orang atau 8%. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa responden dalam memenuhi kebutuhan membaca tabloid Saji ingin mengisi atau menghabiskan waktu luang disaat pekerjaan sebagai ibu rumah tangga mengurus keluarga sudah terselesaikan.

Tabel 26
Keinginan Kesenangan Penyalur Emosi
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	6	6
2	Tidak Setuju	19	19

3	Setuju	55	55
4	Sangat Setuju	20	20
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 5D

Berdasarkan hasil tabel 26 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas terbanyak responden menjawab setuju yaitu sebanyak 55 orang atau 55%. Kemudian diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang atau 20%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 19 orang atau 19% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6%. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa responden ingin memenuhi kebutuhan dalam membaca tabloid Saji untuk memperoleh kesenangan dari tampilan gambar menarik resep makanan yang disajikan sebagai penyalur emosi yang sedang dihadapi.

Selanjutnya dari hasil kelima pertanyaan tersebut jawaban yang dipilih di skor kemudian dikategorikan dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi. Dengan demikian pemberian skor pada jawaban responden adalah :

$$\text{Range (R)} = \frac{\text{skor jawaban tertinggi} - \text{skor jawaban terendah}}{\text{jenjang yang diinginkan}}$$

$$\text{Range (R)} = \frac{(4 \times 5) - (1 \times 5)}{3} = 5$$

Maka :

- a. GS Motif Hiburan Rendah = 5 – 9

Interval 5 hingga 9 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GS Motif Hiburan berada pada interval 5 hingga 9 maka digolongkan kedalam kategori rendah.

b. GS Motif Hiburan Sedang = 10 – 14

Interval 10 hingga 14 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GS Motif Hiburan berada pada interval 10 hingga 14 maka digolongkan kedalam kategori sedang.

c. GS Motif Hiburan tinggi = 15 – 20

Interval 15 hingga 20 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GS Motif Hiburan berada pada interval 15 hingga 20 maka digolongkan kedalam kategori tinggi.

Tabel 27
Kepuasan Yang Diinginkan (GS) Pada Motif Hiburan (Diversi)

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Rendah	4	4
2	Sedang	40	40
3	Tinggi	56	56
	Total	100	100

Sumber :

Olahan Data

Berdasarkan hasil tabel 27 diatas ternyata sebagian besar responden memiliki GS pada motif hiburan ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori tinggi yaitu sebanyak 56 orang atau 56% serta GS pada motif hiburan membaca tabloid Saji kategori sedang berjumlah 40 orang atau 40% dan GS pada motif hiburan membaca tabloid Saji kategori rendah berjumlah 4 orang atau 4%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa dengan membaca tabloid Saji akan mampu untuk mendapatkan kenikmatan melalui nilai seni resep makanan yang bervariasi dan unik, mengatasi

rasa bosan ketika jenuh, melepaskan diri dari berbagai permasalahan, mengisi atau menghabiskan waktu luang dan memperoleh kesenangan (penyalur emosi) pada tabloid Saji sehingga memperoleh kepuasan.

Tabel 28
Rekapitulasi Responden Berdasarkan Keseluruhan Motif Pada
Kepuasan Yang Diinginkan (Gratifications Sought)

No	Jenis Motif				
	Kategori Responden	Informasi	Identitas Pribadi	Integrasi dan Interaksi Sosial	Hiburan
1	Rendah	2	0	0	4
2	Sedang	24	40	44	40
3	Tinggi	74	60	56	56
Jumlah		100	100	100	100

Sumber : Hasil Olah Data

Berdasarkan tabel 28 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini tergolong pada kategori tinggi dari setiap motif yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan. Kenyataan ini dapat diuraikan secara masing-masing per motif, yaitu pada motif informasi sebagian besar responden memiliki kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori tinggi sebanyak 74 orang atau 74% , serta GS motif informasi ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori sedang berjumlah 24 orang atau 24% dan GS motif informasi ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori rendah berjumlah 2 oarang atau 2%. Hal ini dapat dijelaskan bahwa responden merasa dengan membaca tabloid Saji akan mampu memperoleh pengetahuan dan wawasan tentang resep makanan baru yang unik dan kreatif, fungsi penanganan yang tepat mengolah bahan baku, tips menanam buah atau sayur yang tepat, mengetahui tokoh suksse berbisnis kuliner, dan perkembangan jenis makanan yang menjadi ciri khas di bebagai wilayah Indonesia.

Pada motif identitas Pribadi sebagian besar responden memiliki kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori tinggi yaitu sebanyak 60 orang atau 60% serta GS pada motif identitas pribadi membaca tabloid Saji kategori sedang berjumlah 40 orang atau 40% dan tidak satupun yang berada pada kategori rendah. Hal ini dapat dijelaskan bahwa responden merasa dengan membaca tabloid Saji akan mampu untuk memotivasi diri sendiri agar dapat sukses berbisnis kuliner melalui strategi dan modal berjualan, mengeksplorasi kreativitas dalam membuat langsung resep makanan pada satu adonan menjadi beragam variasi, menemukan figure orang sukses dalam berwirausaha kuliner, meningkatkan pemahaman diri sendiri melalui tanya jawab seputar resep makanan dan usaha yang sedang dirintis, menemukan nilai-nilai penunjang pribadi berwisata kuliner.

Sedangkan pada motif integrasi dan interaksi sosial sebagian besar responden memiliki kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori tinggi yaitu sebanyak 56 orang atau 56% serta GS pada motif integrasi dan interaksi sosial membaca tabloid Saji kategori sedang berjumlah 44 orang atau 44% dan tidak satupun yang berada pada kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa dengan membaca tabloid Saji akan mampu untuk menjadikan segala informasi yang diperoleh dari membaca tabloid Saji mengenai resep makanan dan berbisnis kuliner sebagai pembicaraan dengan teman, memberikan informasi kepada teman, sanak keluarga dan lingkungan sekitar tentang resep original buatan sendiri yang menjadi makanan favorit bagi keluarga tercinta, mengajak teman atau masyarakat untuk menerapkan bisnis kuliner dengan menggunakan modal minim, mengetahui keadaan orang lain yang bisa meraih sukses

mengolah makanan sederhana menjadi nilai jual tinggi, dan hubungan dengan orang lain menjadi lebih dekat dan hangat.

Terakhir pada motif Hiburan sebagian besar responden memiliki kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori tinggi yaitu sebanyak 56 orang atau 56% serta GS pada motif hiburan membaca tabloid Saji kategori sedang berjumlah 40 orang atau 40% dan GS pada motif hiburan membaca tabloid Saji kategori rendah berjumlah 4 orang atau 4%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa dengan membaca tabloid Saji akan mampu untuk mendapatkan kenikmatan melalui nilai seni resep makanan yang bervariasi dan unik, mengatasi rasa bosan ketika jenuh, melepaskan diri dari berbagai permasalahan, mengisi atau menghabiskan waktu luang dan memperoleh kesenangan (penyalur emosi) pada tabloid Saji sehingga memperoleh kepuasan.

4.2.6. Kepuasan Yang Diperoleh (Gratifications Obtained) Setelah Membaca Tabloid Saji

Gratifications Obtained adalah kepuasan yang diperoleh individu setelah menggunakan media tersebut. Dalam penelitian ini adalah kepuasan yang diperoleh setelah membaca tabloid Saji. Kepuasan yang diperoleh setelah membaca tabloid Saji diukur dengan menggunakan skala Likert (skala sikap). Pada penelitian ini kepuasan yang diperoleh dibagi dalam empat motif yaitu, motif Informasi (Surveillance), motif Identitas Pribadi (Personal Identity), motif Integrasi dan Interaksi Sosial (Personal Relationship), dan motif Hiburan (Diversi).

1. Kepuasan Yang Diperoleh (GO) Pada Motif Informasi (Surveillance) Setelah Membaca Tabloid Saji

Kepuasan yang diperoleh berkaitan dengan motif informasi (Surveillance) yaitu kepuasan yang berkaitan dengan terpenuhinya kebutuhan individu akan informasi tentang peristiwa dan kondisi yang berkenaan dengan lingkungan terdekat atau masyarakat sekitar, kepuasan mendapatkan penambahan pengetahuan dan wawasan tentang resep baru dan panduan usaha kuliner, kepuasan rasa ingin tahu mengenai cara menanam sayur dan buah-buahan, kepuasan mendapatkan pembelajaran dalam mengolah bahan baku, dan kepuasan mendapatkan informasi perkembangan ciri khas makanan. Kepuasan yang diperoleh setelah membaca tabloid Saji diukur melalui lima pernyataan dalam kuisisioner, dan berikut ini digambarkan dalam tabel frekuensi dari jawaban responden untuk kelima pernyataan tersebut :

Tabel 29
Dapat Memperoleh Wawasan Tentang Resep Baru
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	2	2
3	Setuju	63	63
4	Sangat Setuju	35	35
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 1A

Berdasarkan hasil tabel 29 diatas dapat diketahui bahwa responden mayoritas menjawab setuju yaitu sebanyak 63 orang atau 63%. Kemudian diurutan kedua responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 35 orang atau 35% . sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2% dan tidak ada satupun yang menjawab sangat tidak setuju. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa para responden

memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji dalam rubrik Saji Unggul, Saji Nusantara, Menu Minggu ini, dan Menu Pilihan untuk memperoleh wawasan atau pengetahuan tentang resep baru yang unik dan kreatif dengan berbagai macam variasi dan di coba langsung membuat masakan untuk keluarga tercinta.

Tabel 30
Dapat Fungsi Penanganan Mengolah Bahan Baku
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1
2	Tidak Setuju	5	5
3	Setuju	68	68
4	Sangat Setuju	26	26
	Total	100	100

Sumber : Kuisioner No. 2A

Berdasarkan hasil tabel 30 diatas dapat diketahui mayoritas responden terbanyak menjawab setuju sebanyak 68 orang atau 68%. Kemudian diurutan kedua responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 26 orang atau 26%. Sedangkan responden urutan ketiga dan keempat yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 orang atau 5% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju 1 orang atau 1%. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa para responden memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji dalam rubrik Top-Tip untuk memperoleh informasi melalui fungsi penanganan tepat mengolah bahan baku agar menjadi masakan yang lebih lezat misal, cake dengan gula harum agar cake lebih lembut teksturnya.

Tabel 31
Dapat Tips Menanam
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	2	2
2	Tidak Setuju	21	21
3	Setuju	53	53
4	Sangat Setuju	24	24

	Total	100	100
--	-------	-----	-----

Sumber : Kuisisioner No. 3A

Berdasarkan hasil tabel 31 diatas dapat diketahui bahwa responden terbanyak menjawab setuju sebanyak 53 orang atau 53%. Kemudian diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 24 orang atau 24%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 21 orang atau 21% dan untuk responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2%. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa para responden memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji dalam rubrik Cara Bertanam untuk memperoleh informasi tips menanam buah dan sayuran yang tepat sesuai bentuk, warna dan ragam varietas dengan menggunakan media tanam yang tepat, pemupukan, pembentukan dan pelengkungan.

Tabel 32
Dapat Mengetahui Para Tokoh Sukses
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1
2	Tidak Setuju	10	10
3	Setuju	65	65
4	Sangat Setuju	24	24
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 4A

Berdasarkan hasil tabel 32 diatas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab setuju sebanyak 65 orang atau 65% . Sedangkan diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 24 orang atau 24%. Diurutan ketiga dan keempat responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 10 orang atau 10% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa para responden memperoleh

kepuasan setelah membaca tabloid Saji dalam rubric Aktual, Artikel, dan Inspirasi Usaha untuk memperoleh informasi para tokoh yang sukses berbisnis kuliner mengolah bahan baku sehingga dikenal masyarakat luas sebagai masakan favorit di mata para pecinta kuliner.

Tabel 33
Dapat Mengetahui Perkembangan Jenis Makanan Indonesia
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	2	2
2	Tidak Setuju	4	4
3	Setuju	71	71
4	Sangat Setuju	23	23
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 5A

Berdasarkan hasil tabel 33 diatas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab setuju sebanyak 71 orang atau 71%. Kemudian diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang atau 23%. Diurutan ketiga dan keempat responden menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2%. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa para responden memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji dalam rubrik Saji Nusantara dan Peleisir untuk memperoleh lebih banyak informasi yang berkaitan dengan informasi mengenai perkembangan jenis makanan kuliner yang menjadi ciri khas di masing-masing daerah, misal soto sadang atau colenak yang berasal dari kota Purwakarta.

Sedangkan responden yang menjawab sangat tidak setuju disebabkan makanan dari berbagai daerah terkesan aneh rasanya ketika lidah belum terbiasa mencicipi pertama kali masakan tersebut.

Selanjutnya dari hasil kelima pertanyaan tersebut jawaban yang dipilih di skor kemudian dikategorikan dalam kategori rendah, sedang dan tinggi. Dengan demikian pemberian skor pada jawaban responden adalah :

$$\text{Range (R)} = \frac{\text{skor jawaban tertinggi} - \text{skor jawaban terendah}}{\text{panjang yang diinginkan}}$$

$$\text{Range (R)} = \frac{(4 \times 5) - (1 \times 5)}{3} = 5$$

Maka :

- a. GO Motif Informasi Rendah = 5 – 9

Interval 5 hingga 9 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GO Motif Informasi berada pada interval 5 hingga 9 maka digolongkan kedalam kategori rendah.

- b. GO Motif Informasi Sedang = 10 – 14

Interval 10 hingga 14 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GO Motif Informasi berada pada interval 10 hingga 14 maka digolongkan kedalam kategori sedang.

- c. GO Motif Informasi tinggi = 15 – 20

Interval 15 hingga 20 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GO Motif Informasi berada pada interval 15 hingga 20 maka digolongkan kedalam kategori tinggi.

Tabel 34
Kepuasan Yang Diperoleh (GO) Pada Motif Informasi (Surveillance)

No	Jawaban	Jumlah	%
----	---------	--------	---

1	Rendah	0	0
2	Sedang	19	19
3	Tinggi	81	81
	Total	100	100

Sumber : Hasil Olahan Data

Dari tabel 34 diatas ternyata sebagian besar responden memiliki GO pada motif informasi ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori tinggi yaitu sebanyak 81 orang atau 81% , serta GO motif informasi ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori sedang berjumlah 19 orang atau 19% dan tidak ada satupun kategori rendah. Hal ini dapat dijelaskan bahwa responden merasa memperoleh kepuasan dengan membaca tabloid Saji yang mampu memberikan pengetahuan dan wawasan tentang resep makanan baru yang unik dan kreatif, fungsi penanganan yang tepat mengolah bahan baku, tips menanam buah atau sayur yang tepat, mengetahui tokoh suksse berbisnis kuliner, dan perkembangan jenis makanan yang menjadi ciri khas di berbagai wilayah Indonesia.

2. Kepuasan Yang Diperoleh (GO) Pada Motif Identitas Pribadi (Personal Identity) Setelah Membaca Tabloid Saji

Kepuasan yang diperoleh berkaitan dengan motif identitas personal (Personal Identity) yaitu kepuasan mendapatkan eksplorasi kreativitas, motivasi diri, kepuasan mendapatkan figure orang sukses yang dapat dijadikan panutan dalam berbisnis, kepuasan meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri, kepuasan mendapatkan nilai-nilai pribadi dalam berwisata kuliner. Kepuasan yang diperoleh dapat diukur melalui lima pertanyaan dalam kuisisioner, dan berikut ini digambarkan pada tabel frekuensi dari jawaban responden untuk kelima pernyataan tersebut :

Tabel 35
Dapat Memotivasi Diri Sukses Berbisnis

n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1
2	Tidak Setuju	6	6
3	Setuju	72	72
4	Sangat Setuju	21	21
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 1B

Berdasarkan hasil tabel 35 diatas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab setuju sebanyak 72 orang atau 72%. Kemudian diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang atau 21%. Sedangkan urutan ketiga dan keempat responden menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6% dan responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa responden memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji dalam rubrik Panduan Usaha dan Peluang untuk mendapatkan motivasi pada diri sendiri agar dapat berbisnis kuliner yang dirintis mulai dari hal yang sederhana dan kemudian pada akhirnya dikenal oleh banyak orang karena citra rasa yang dimiliki dalam masakan khasnya. Namun, responden yang menjawab sangat tidak setuju disebabkan karena usaha yang ingin dirintis terkadang hasilnya yang di praktekkan belum sesuai dengan apa yang di teorikan.

Tabel 36

Dapat Mengeksplorasi Kreativitas Membuat Beragam Variasi Adonan

n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	4	4
3	Setuju	75	75
4	Sangat Setuju	21	21
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 2B

Berdasarkan hasil tabel 36 diatas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab setuju yaitu sebanyak 75 orang atau 75%. Kemudian diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang atau 21%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden menjawab tidak setuju sebanyak 4 % atau 4% dan tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju.

Hal ini menunjukkan bahwa responden yang menjawab setuju setelah membaca tabloid Saji memperoleh kepuasan dalam rubrik Modifikasi untuk mendapatkan informasi mengeksplorasi kreativitas membuat adonan yang beragam variasi karena adonan yang semakin beragam variasi akan membentuk keunikan dan kebanggaan tersendiri. Namun, responden yang menjawab tidak setuju disebabkan karena hanya orang ahli yang benar-benar di bidang kuliner lebih mampu menciptakan variasi baru dalam memodifikasi.

Tabel 37
Dapat Menemukan Figure Orang Sukses
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1
2	Tidak Setuju	19	19
3	Setuju	60	60
4	Sangat Setuju	20	20
	Total	100	100

Sumber : Kuisioner No. 3B

Berdasarkan hasil tabel 37 diatas dapat diketahui bahwa responden terbanyak menjawab setuju sebanyak 60 orang atau 60%. Sedangkan diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang atau 20%. Diurutan ketiga dan keempat responden menjawab tidak setuju sebanyak 19 orang atau 19% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%. Banyaknya responden yang

menjawab setuju menunjukkan bahwa responden memperoleh kepuasan setelah membaca rubrik Inspirasi Usaha untuk mendapatkan figure orang sukses dalam bidang kuliner sehingga dapat dikenal masyarakat.

Tabel 38
Dapat Meningkatkan Pemahaman Melalui Tanya Jawab
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	25	25
3	Setuju	50	50
4	Sangat Setuju	25	25
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 4B

Berdasarkan hasil tabel 38 diatas dapat diketahui bahwa diurutan responden terbanyak menjawab setuju sebanyak 50 orang atau 50%. Kemudian diurutan kedua dan ketiga prosentase sama yaitu responden menjawab sangat setuju dan tidak setuju sebanyak 25 orang atau 25%. Sedangkan diurutan keempat tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju. Banyaknya responden yang menjawab setuju disebabkan ibu rumah tangga memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji dalam rubrik Konsultasi Usaha dan Tanya Pakar untuk meningkatkan pemahaman pada diri sendiri melalui tanya jawab seputar resep makanan dan mengenai usaha yang akan atau sudah dirintis dengan ahli pakarnya guna mendapatkan solusi tepat yang harus dilakukan.

Tabel 39
Dapat Menemukan Penunjang Nilai - Nilai Pribadi
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	3	3
2	Tidak Setuju	22	22
3	Setuju	55	55
4	Sangat Setuju	20	20
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 5B

Berdasarkan hasil tabel 39 dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab setuju sebanyak 55 orang atau 55%. Di urutan kedua responden menjawab tidak setuju sebanyak 22 orang atau 22%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang atau 20% dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3%. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa para responden memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji dalam rubrik Pelesir untuk memperoleh nilai-nilai penunjang pribadi mengenai wisata kuliner diberbagai daerah melalui citra rasa, keunikan, dan bentuk variasi dari makanan.

Selanjutnya dari hasil kelima pertanyaan tersebut jawaban yang dipilih di skor kemudian dikategorikan dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi. Dengan demikian pemberian skor pada jawaban responden adalah :

$$\text{Range (R)} = \frac{\text{skor jawaban tertinggi} - \text{skor jawaban terendah}}{\text{jenjang yang diinginkan}}$$

$$\text{Range (R)} = \frac{(4 \times 5) - (1 \times 5)}{3} = 5$$

Maka :

- a. GO Motif Identitas Pribadi Rendah = 5 – 9

Interval 5 hingga 9 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GO Motif Identitas Pribadi berada pada interval 5 hingga 9 maka digolongkan kedalam kategori rendah.

- b. GO Motif Identitas Pribadi Sedang = 10 – 14

Interval 10 hingga 14 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GO Motif Identitas Pribadi berada pada interval 10 hingga 14 maka digolongkan kedalam kategori sedang.

- c. GO Motif Identitas Pribadi tinggi = 15 – 20

Interval 15 hingga 20 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GO Motif Identitas Pribadi berada pada interval 15 hingga 20 maka digolongkan kedalam kategori tinggi.

Tabel 40
Kepuasan Yang Diperoleh (GO) Pada Motif Identitas Pribadi (Personal Identity)

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Rendah	0	0
2	Sedang	31	31
3	Tinggi	69	69
	Total	100	100

Sumber :

Olahan Data

Hasil

Berdasarkan hasil tabel 40 diatas ternyata sebagian besar responden memiliki GO pada motif identitas pribadi ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori tinggi yaitu sebanyak 69 orang atau 69% serta GO pada motif identitas pribadi membaca tabloid Saji kategori sedang berjumlah 31 orang atau 31% dan tidak satupun yang berada pada kategori rendah. Hal ini dapat dijelaskan bahwa responden merasa memperoleh kepuasan dengan membaca tabloid Saji mampu untuk

memotivasi diri sendiri agar dapat sukses berbisnis kuline melalui strategi dan modal berjualan, mengeksplorasi kreativitas dalam membuat langsung resep makanan pada satu adonan menjadi beragam variasi, menemukan figure orang sukses dalam berwirausaha kuliner, meningkatkan pemahaman diri sendiri melalui tanya jawab seputar resep makanan dan usaha yang sedang dirintis, menemukan nilai-nilai penunjang pribadi berwisata kuliner.

3. Kepuasan Yang Diperoleh (GO) Pada Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (Personal Relationship) Setelah Membaca Tabloid Saji

Kepuasan yang diperoleh berkaitan dengan motif integrasi dan interaksi sosial (Personal Relationship) yaitu kepuasan yang meliputi integrasi dan interaksi sosial, merujuk pada kelangsungan hubungan individu tersebut dengan orang lain; persahabatan, kegunaan sosial, kepuasan mampu merasakan keadaan orang lain, kepuasan memperoleh penghargaan dari orang lain, kepuasan mendapatkan bahan perbincangan dan interaksi sosial, kepuasan memperoleh tambahan relasi/teman, kepuasan memperoleh sarana mendekatkan diri dengan orang lain. Kepuasan yang diperoleh diukur melalui kelima pertanyaan dalam kuisisioner, dan berikut ini digambarkan pada tabel frekuensi dari jawaban responden untuk kelima pernyataan tersebut :

Tabel 41
Dapat Menjadikan Resep Makanan Dan Berbisnis Sebagai Pembicaraan
Dengan Teman
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
----	---------	--------	---

1	Sangat Tidak Setuju	1	1
2	Tidak Setuju	16	16
3	Setuju	57	57
4	Sangat Setuju	26	26
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 1C

Berdasarkan hasil tabel 41 dapat diketahui bahwa responden paling banyak mayoritas menjawab setuju yaitu sebanyak 57 orang atau 57%. Sedangkan diurutan kedua sebanyak sangat setuju sebanyak 26 orang atau 26%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden menjawab tidak setuju 16 orang atau 16% dan responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang atau 1%. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa responden memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji untuk berbagi dengan teman mengenai resep makanan dan berbisnis kuliner.

Tabel 42
Dapat Memberikan Informasi Resep Original Menjadi Makanan Favorit
Kepada Teman dan Orang Sekitar
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	2	2
2	Tidak Setuju	14	14
3	Setuju	66	66
4	Sangat Setuju	18	18
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 2C

Berdasarkan hasil tabel 42 dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab setuju yaitu sebanyak 66 orang atau 66%. Diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang atau 18%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden menjawab tidak setuju sebanyak 14 orang atau 14% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2%. Banyaknya

responden menjawab setuju karena responden memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji dalam rubrik Favorit Pembaca untuk berbagi informasi tentang resep original atau resep yang belum pernah ada sebelumnya yang menjadi makanan favorit bagi keluarga sehari-hari kepada teman, sanak keluarga, dan masyarakat dilingkungan sekitar.

Tabel 43
Dapat Mengajak Teman Atau Masyarakat Menerapkan Bisnis Kuliner
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	17	17
3	Setuju	54	54
4	Sangat Setuju	29	29
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 3C

Berdasarkan Tabel 43 diatas dapat diketahui bahwa responden paling banyak menjawab setuju yaitu sebanyak 54 orang atau 54%. Diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang atau 29%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden menjawab tidak setuju sebanyak 17 orang atau 17% dan tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju. Banyaknya para responden menjawab setuju karena responden memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji dalam rubrik Peluang untuk mendapatkan informasi dan mengajak teman atau masyarakat sekitar menerapkan bisnis kuliner dengan modal minim tetapi bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Tabel 44
Dapat Sukses Mengolah Makanan Dari Keadaan Orang Lain
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	18	18
3	Setuju	61	61

4	Sangat Setuju	21	21
	Total	100	100

Sumber : Kuisioner No. 4C

Berdasarkan hasil tabel 44 diatas dapat diketahui bahwa responden paling banyak yang menjawab setuju yaitu sebanyak 61 orang atau 61%. Diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang atau 21%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden menjawab tidak setuju sebanyak 18 orang atau 18% dan tidak satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju. Banyaknya para responden yang menjawab setuju karena responden memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji pada rubrik Inspirasi Usaha yakni memperoleh pengetahuan dari keadaan orang lain melalui cerita inspirasi seseorang wirausaha yang bisa meraih sukses mengolah makanan sederhana menjadi nilai jual tinggi namun tetap menjadi sajian khas bagi pecinta kuliner diseluruh Indonesia.

Tabel 45
Dapat Hubungan Dengan Masyarakat Menjadi Dekat
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	24	24
3	Setuju	61	61
4	Sangat Setuju	15	15
	Total	100	100

Sumber : Kuisioner No. 5C

Berdasarkan hasil tabel 45 diatas dapat diketahui bahwa responden mayoritas paling banyak menjawab setuju yaitu sebanyak 61 orang atau 61%. Sedangkan diurutan kedua responden menjawab tidak setuju sebanyak 24 orang atau 24%. Kemudian diurutan ketiga dan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak

15 orang atau 15% dan tidak satupun responden menjawab sangat tidak setuju. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa responden memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji pada rubrik Surat Anda untuk memperoleh hubungan dengan orang lain atau masyarakat semakin dekat melalui saran, komentar dan kritik responden pada redaksi tabloid Saji. Selain itu juga dapat menjalin keakraban yang bisa membangun citra positif dalam hal kesempurnaan yang lebih baik pada setiap hadirnya edisi baru pada tabloid Saji.

Selanjutnya dari hasil kelima pertanyaan tersebut jawaban yang dipilih di skor kemudian dikategorikan dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi. Dengan demikian pemberian skor pada jawaban responden adalah :

$$\text{Range (R)} = \frac{\text{skor jawaban tertinggi} - \text{skor jawaban terendah}}{\text{jenjang yang diinginkan}}$$

$$\text{Range (R)} = \frac{(4 \times 5) - (1 \times 5)}{3} = 5$$

Maka :

- a. GO Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Rendah = 5 – 9

Interval 5 hingga 9 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GO Motif Integrasi dan Interaksi Sosial berada pada interval 5 hingga 9 maka digolongkan kedalam kategori rendah.

- b. GO Motif Integrasi dan Interaksi Sosial Sedang = 10 – 14

Interval 10 hingga 14 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GO Motif Integrasi dan Interaksi Sosial berada pada interval 10 hingga 14 maka digolongkan kedalam kategori sedang.

- c. GO Motif Integrasi dan Interaksi Sosial tinggi = 15 – 20

Interval 15 hingga 20 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GO Motif Integrasi dan Interaksi Sosial berada pada interval 15 hingga 20 maka digolongkan kedalam kategori tinggi.

Tabel 46
Kepuasan Yang Diperoleh (GO) Pada Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (Personal Relationship)

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Rendah	0	0
2	Sedang	33	33
3	Tinggi	67	67
	Total	100	100

Sumber :

Olahan Data

Hasil

Berdasarkan hasil tabel 46 diatas ternyata sebagian besar responden memiliki GO pada motif integrasi dan interaksi sosial ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori tinggi yaitu sebanyak 67 orang atau 67% serta GO pada motif integrasi dan interaksi sosial membaca tabloid Saji kategori sedang berjumlah 33 orang atau 33% dan tidak satupun yang berada pada kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa memperoleh kepuasan dengan membaca tabloid Saji mampu untuk menjadikan segala informasi yang diperoleh dari membaca tabloid Saji mengenai resep makanan dan berbisnis kuliner sebagai pembicaraan dengan teman, memberikan informasi kepada teman, sanak keluarga dan lingkungan sekitar tentang resep original buatan sendiri yang menjadi makanan favorit bagi keluarga tercinta, mengajak teman atau masyarakat untuk menerapkan bisnis kuliner dengan menggunakan modal minim, mengetahui keadaan orang lain yang bisa meraih sukses mengolah makanan sederhana menjadi nilai jual tinggi, dan hubungan dengan orang lain menjadi lebih dekat dan hangat.

4. Kepuasan Yang Diperoleh (GO) Pada Motif Hiburan (Diversi) Setelah Membaca Tabloid Saji

Kepuasan yang diperoleh atau didapatkan berkaitan dengan motif hiburan (Diversi) yaitu kepuasan yang meliputi kebutuhan untuk melepaskan diri dari rutinitas, tekanan, dan masalah; kepuasan memperoleh sarana pelepasan emosi, kepuasan kebutuhan akan hiburan dan kesenangan, kepuasan mendapatkan sarana menghilangkan rasa bosan, dan mengisi waktu luang. Kepuasan yang diperoleh diukur melalui lima pertanyaan dalam kuisioner dan berikut ini digambarkan pada tabel frekuensi dari jawaban responden untuk kelima pertanyaan tersebut :

Tabel 47
Dapat Kenikmatan Melalui Nilai Seni Resep Makanan Yang Bervariasi
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	7	7
3	Setuju	64	64
4	Sangat Setuju	29	29
	Total	100	100

Sumber : Kuisioner No. 1D

Berdasarkan hasil tabel 47 diatas maka dapat diketahui bahwa responden mayoritas terbanyak menjawab setuju yaitu sebanyak 64 orang atau 64%. Kemudian diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang atau 29%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7% dan tidak satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju. Banyaknya responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa responden memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji pada rubrik Saji Unggul, Menu Pilihan dan Menu Minggu ini agar mendapat kenikmatan melalui nilai seni resep makanan bervariasi dan unik.

Tabel 48
Dapat Mengatasi Rasa Jenuh
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	7	7
2	Tidak Setuju	19	19
3	Setuju	51	51
4	Sangat Setuju	23	23
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 2D

Berdasarkan hasil tabel 48 diatas dapat diketahui bahwa responden mayoritas terbanyak menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 51 orang atau 51%. Kemudian diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang atau 23%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 19 orang atau 19% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7%. Banyaknya para responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa responden memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji untuk mengatasi rasa bosan dan jenuh ketika banyaknya rutinitas sehari-hari dalam menyelesaikan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga.

Tabel 49
Dapat Melepaskan Diri Dari Berbagai Masalah
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	4	4
2	Tidak Setuju	24	24
3	Setuju	51	51
4	Sangat Setuju	21	21
	Total	100	100

Sumber : Kuisisioner No. 3D

Berdasarkan hasil tabel 49 diatas dapat diketahui bahwa responden mayoritas terbanyak menjawab setuju yaitu sebanyak 51 orang atau 51%. Kemudian diurutan

kedua responden menjawab tidak setuju sebanyak 24 orang atau 24%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang atau 21% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4%. Banyaknya para responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa responden memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji dalam rubrik Konseling Usaha dan Tanya Pakar untuk melepaskan diri dari berbagai masalah sehingga mendapatkan cara pemecahan solusi yang tepat.

Tabel 50
Dapat Mengisi Dan Menghabiskan Waktu Luang
n = 100

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	6	6
2	Tidak Setuju	15	15
3	Setuju	52	52
4	Sangat Setuju	27	27
	Total	100	100

Sumber : Kuisioner No. 4D

Berdasarkan hasil tabel 50 diatas dapat diketahui bahwa responden mayoritas terbanyak menjawab setuju yaitu sebanyak 52 orang atau 52%. Kemudian diurutan kedua responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 27 orang atau 27%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 15 orang atau 15% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6%. Banyaknya para responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa responden memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji untuk mengisi atau menghabiskan waktu luang disaat pekerjaan sebagai ibu rumah tangga mengurus keluarga sudah terselesaikan.

Tabel 51
Dapat Kesenangan Penyalur Emosi

$$n = 100$$

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Sangat Tidak Setuju	4	4
2	Tidak Setuju	14	14
3	Setuju	57	57
4	Sangat Setuju	25	25
	Total	100	100

Sumber : Kuisioner No. 5D

Berdasarkan hasil tabel 51 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas terbanyak responden menjawab setuju yaitu sebanyak 57 orang atau 57%. Kemudian diurutan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak 25 orang atau 25%. Sedangkan diurutan ketiga dan keempat responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 14 orang atau 14% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4%. Banyaknya para responden yang menjawab setuju menunjukkan bahwa responden memperoleh kepuasan setelah membaca tabloid Saji untuk memperoleh kesenangan dari tampilan gambar menarik resep makanan yang disajikan sebagai penyalur emosi yang sedang dihadapi.

Selanjutnya dari hasil kelima pertanyaan tersebut jawaban yang dipilih di skor kemudian dikategorikan dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi. Dengan demikian pemberian skor pada jawaban responden adalah :

$$\text{Range (R)} = \frac{\text{skor jawaban tertinggi} - \text{skor jawaban terendah}}{\text{jenjang yang diinginkan}}$$

$$\text{Range (R)} = \frac{(4 \times 5) - (1 \times 5)}{3} = 5$$

Maka :

- a. GO Motif Hiburan Rendah = 5 – 9

Interval 5 hingga 9 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GO Motif Hiburan berada pada interval 5 hingga 9 maka digolongkan kedalam kategori rendah.

b. GO Motif Hiburan Sedang = 10 – 14

Interval 10 hingga 14 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GO Motif Hiburan berada pada interval 10 hingga 14 maka digolongkan kedalam kategori sedang.

c. GO Motif Hiburan tinggi = 15 – 20

Interval 15 hingga 20 diatas memiliki arti jika total jawaban responden mengenai GO Motif Hiburan berada pada interval 15 hingga 20 maka digolongkan kedalam kategori tinggi.

Tabel 52
Kepuasan Yang Diperoleh (GO) Pada Motif Hiburan (Diversi)

No	Jawaban	Jumlah	%
1	Rendah	4	4
2	Sedang	27	27
3	Tinggi	69	69
	Total	100	100

Sumber : Hasil Olahan Data

Berdasarkan hasil tabel 52 diatas ternyata sebagian besar responden memiliki GO pada motif hiburan ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori tinggi yaitu sebanyak 69 orang atau 69% serta GO pada motif hiburan membaca tabloid Saji kategori sedang berjumlah 27 orang atau 27% dan GO pada motif hiburan membaca tabloid Saji kategori rendah berjumlah 4 orang atau 4%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa memperoleh kepuasan dengan membaca tabloid Saji untuk

mendapatkan kenikmatan melalui nilai seni resep makanan yang bervariasi dan unik, mengatasi rasa bosan ketika jenuh, melepaskan diri dari berbagai permasalahan, mengisi atau menghabiskan waktu luang dan memperoleh kesenangan (penyalur emosi) pada tabloid Saji sehingga memperoleh kepuasan.

Tabel 53
Rekapitulasi Responden Berdasarkan Keseluruhan Motif Pada
Kepuasan Yang Diperoleh (Gratifications Obtained)

No	Jenis Motif				
	Kategori Responden	Informasi	Identitas Pribadi	Integrasi dan Interaksi Sosial	Hiburan
1	Rendah	0	0	0	4
2	Sedang	19	31	33	27
3	Tinggi	81	69	67	69
Jumlah		100	100	100	100

Sumber : Hasil Olah Data

Berdasarkan tabel 53 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini tergolong pada kategori tinggi dari setiap motif yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif hiburan dan motif integrasi dan interaksi sosial. Kenyataan ini dapat diuraikan secara masing-masing per motif, yaitu pada motif informasi sebagian besar responden memiliki kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori tinggi yaitu sebanyak 81 orang atau 81% , serta GO motif informasi ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori sedang berjumlah 19 orang atau 19% dan tidak ada satupun kategori rendah. Hal ini dapat dijelaskan bahwa responden merasa memperoleh kepuasan dengan membaca tabloid Saji yang mampu memberikan pengetahuan dan wawasan tentang resep makanan baru yang unik dan kreatif, fungsi penanganan yang tepat mengolah bahan baku, tips menanam buah atau sayur yang tepat, mengetahui tokoh suksse berbisnis kuliner, dan perkembangan jenis makanan yang menjadi ciri khas di berbagai wilayah Indonesia.

Pada motif identitas pribadi sebagian responden memiliki kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori tinggi yaitu sebanyak 69 orang atau 69% serta GO pada motif identitas pribadi membaca tabloid Saji kategori sedang berjumlah 31 orang atau 31% dan tidak satupun yang berada pada kategori rendah. Hal ini dapat dijelaskan bahwa responden merasa memperoleh kepuasan dengan membaca tabloid Saji mampu untuk memotivasi diri sendiri agar dapat sukses berbisnis kuline melalui strategi dan modal berjualan, mengeksplorasi kreativitas dalam membuat langsung resep makanan pada satu adonan menjadi beragam variasi, menemukan figure orang sukses dalam berwirausaha kuliner, meningkatkan pemahaman diri sendiri melalui tanya jawab seputar resep makanan dan usaha yang sedang dirintis, menemukan nilai-nilai penunjang pribadi berwisata kuliner.

Sedangkan pada motif hiburan sebagian responden memiliki kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) ibu rumah tangga membaca tabloid Saji kategori tinggi yaitu sebanyak 69 orang atau 69% serta GO pada motif hiburan membaca tabloid Saji kategori sedang berjumlah 27 orang atau 27% dan GO pada motif hiburan membaca tabloid Saji kategori rendah berjumlah 4 orang atau 4%. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa memperoleh kepuasan dengan membaca tabloid Saji untuk mendapatkan kenikmatan melalui nilai seni resep makanan yang bervariasi dan unik, mengatasi rasa bosan ketika jenuh, melepaskan diri dari berbagai permasalahan, mengisi atau menghabiskan waktu luang dan memperoleh kesenangan (penyalur emosi) pada tabloid Saji sehingga memperoleh kepuasan.

Terakhir pada motif integrasi dan interaksi sosial sebagian responden memiliki kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) ibu rumah tangga

membaca tabloid Saji kategori tinggi yaitu sebanyak 67 orang atau 67% serta GO pada motif integrasi dan interaksi sosial membaca tabloid Saji kategori sedang berjumlah 33 orang atau 33% dan tidak satupun yang berada pada kategori rendah. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa memperoleh kepuasan dengan membaca tabloid Saji mampu untuk menjadikan segala informasi yang diperoleh dari membaca tabloid Saji mengenai resep makanan dan berbisnis kuliner sebagai pembicaraan dengan teman, memberikan informasi kepada teman, sanak keluarga dan lingkungan sekitar tentang resep original buatan sendiri yang menjadi makanan favorit bagi keluarga tercinta, mengajak teman atau masyarakat untuk menerapkan bisnis kuliner dengan menggunakan modal minim, mengetahui keadaan orang lain yang bisa meraih sukses mengolah makanan sederhana menjadi nilai jual tinggi, dan hubungan dengan orang lain menjadi lebih dekat dan hangat.

4.3 Pengujian Hipotesis

Data yang diperoleh dari hasil survey dengan menggunakan alat ukur berupa angket yang diolah dahulu sebelum diuji dengan menggunakan tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Masing-masing pernyataan dari angket dipilah-pilah menurut kategorisasi motifnya.
2. Setelah dikelompokkan, hasil jawaban yang disediakan diberi skor :
 - a. Sangat Setuju (SS) diberi skor : 4
 - b. Setuju (S) diberi skor : 3
 - c. Tidak Setuju (TS) diberi skor : 2
 - d. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor : 1

3. Kemudian skor-skor tersebut dijumlahkan untuk setiap kategori kepuasan yang diharapkan (GS) pada setiap motif sehingga diperoleh skor GS pada motif Surveillance, Personal Identity, Personal Relationship, dan Diversi.
4. Demikian pula dengan kategori kepuasan yang diperoleh (GO) pada setiap motif. Skor-skor dijumlahkan untuk setiap kategori kepuasan yang diperoleh sehingga diperoleh skor GO pada motif Surveillance, Personal Identity, Personal Relationship, dan Diversi.
5. Setelah diketahui masing-masing skor untuk setiap kategori GS dan GO, skor-skor tersebut dimasukkan dalam rumus statistik t-test (uji-t) untuk menguji puas atau tidak puas membaca tabloid Saji.

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan untuk mengukur kepuasan membaca ibu rumah tangga membaca tabloid Saji, yaitu Gratifications Sought (GS-kepuasan yang diinginkan ketika membaca tabloid Saji) dan Gratifications Obtained (GO-kepuasan yang diperoleh setelah membaca tabloid Saji). Adapun kegunaan uji t (t-test) dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah ada perbedaan rata-rata (mean) dari dua skor variabel yang diteliti, yaitu Gratifications Sought dan Gratifications Obtained merupakan perbedaan yang signifikan ataukah hanya disebabkan kesalahan sampling.

Gratifications Sought dan Gratifications Obtained yang dimaksud dalam penelitian ini dibagi menjadi empat macam, yaitu : Surveillance, Personal Identity, Personal Relationship, dan Diversi. Adapun uji hipotesis dengan menggunakan t-test dilakukan dengan membandingkan mean skor Gratifications Sought membaca tabloid Saji dan Gratifications Obtained setelah membaca tabloid Saji. Tujuannya untuk mengetahui ada tidaknya kesenjangan kepuasan dari perbedaan yang

signifikan sehingga dapat di deskripsikan apakah dengan tabloid Saji sudah memuaskan ibu rumah tangga atau sebaliknya.

Berikutnya, ditentukan nilai α (level signifikan) = 0,05 dan $t = 2$ -tailed (dua ekor) signifikansi. Sebab, untuk hipotesis $\mu_1 \neq \mu_2$ jumlah populasi kedua variabel sama, maka t yang digunakan adalah dua ekor (Nazir, 2005 : 461). Hasil hipotesis selengkapnya dapat dilihat dan dijelaskan sebagai berikut :

1. Perbandingan perhitungan t -test Gratifications Sought (GS) dan Gratifications Obtained (GO) pada motif Informasi dengan jumlah responden ibu rumah tangga sebanyak 100 orang diperoleh hasil sebagai berikut :
 - a. Mean skor untuk Gratifications Sought (GS) motif Informasi sebesar 15,5
 - b. Mean skor untuk Gratifications Obtained (GO) motif Informasi sebesar 15,78
 - c. Standart Error Mean (SD_m) Gratifications Sought (GS) sebesar 0,218
 - d. Standart Error Mean (SD_m) Gratifications Obtained (GO) sebesar 0,179
 - e. Nilai t (2-tailed) sebesar 0,44
 - f. Nilai $\alpha = 0,05$; $df = 198$ perpotongan 1,960

Karena mean skor GS lebih kecil dari mean skor GO ($GS < GO$), maka dapat dikatakan bahwa terjadi kesenjangan kepuasan antara GS dan GO dalam membaca tabloid Saji, atau dengan kata lain berdasarkan perhitungan ini tabloid Saji dapat memuaskan kebutuhan ibu rumah tangga akan informasi.

Untuk menguji apakah ada perbedaan rata-rata (mean) dari Gratifications Sought (GS) sebelum membaca tabloid Saji dengan Gratifications Obtained (GO) setelah membaca tabloid Saji merupakan perbedaan signifikan atau hanya disebabkan kesalahan sampling. Maka perlu menguji hipotesis dengan menggunakan rumus t -test, sehingga diperoleh hasil $t < (0,44 < 1,960)$ maka H_0

diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak ada perbedaan yang signifikan antara GS pada motif Informasi ketika ibu rumah tangga membaca tabloid Saji dengan GO setelah membaca tabloid Saji.

2. Perbandingan perhitungan t-test Gratifications Sought (GS) dan Gratifications Obtained (GO) pada motif Identitas Pribadi dengan jumlah responden ibu rumah tangga sebanyak 100 orang diperoleh hasil sebagai berikut :

- a. Mean skor untuk Gratifications Sought (GS) motif Identitas Pribadi sebesar 14,86
- b. Mean skor untuk Gratifications Obtained (GO) motif Identitas Pribadi sebesar 15,21
- c. Standart Error Mean (SD_m) Gratifications Sought (GS) sebesar 0,21
- d. Standart Error Mean (SD_m) Gratifications Obtained (GO) sebesar 0,20
- e. Nilai t (2-tailed) sebesar 0,54
- f. Nilai $\alpha = 0,05$; $df = 198$ perpotongan 1,960

Karena mean skor GS lebih kecil dari mean skor GO ($GS < GO$), maka dapat dikatakan bahwa terjadi kesenjangan kepuasan antara GS dan GO dalam membaca tabloid Saji, atau dengan kata lain berdasarkan perhitungan ini tabloid Saji dapat memuaskan kebutuhan ibu rumah tangga akan identitas pribadi.

Untuk menguji apakah ada perbedaan rata-rata (mean) dari Gratifications Sought (GS) sebelum membaca tabloid Saji dengan Gratifications Obtained (GO) setelah membaca tabloid Saji merupakan perbedaan signifikan atau hanya disebabkan kesalahan sampling. Maka perlu menguji hipotesis dengan menggunakan rumus t-test, sehingga diperoleh hasil $t < \alpha$ ($0,54 < 1,960$) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak ada perbedaan yang signifikan antara GS pada

motif Identitas Pribadi ketika ibu rumah tangga membaca tabloid Saji dengan GO setelah membaca tabloid Saji.

3. Perbandingan perhitungan t-test Gratifications Sought (GS) dan Gratifications Obtained (GO) pada motif Integrasi dan Interaksi Sosial dengan jumlah responden ibu rumah tangga sebanyak 100 orang diperoleh hasil sebagai berikut :
 - a. Mean skor untuk Gratifications Sought (GS) motif Integrasi dan Interaksi Sosial sebesar 14,69
 - b. Mean skor untuk Gratifications Obtained (GO) motif Integrasi dan Interaksi Sosial sebesar 15,14
 - c. Standart Error Mean (SD_m) Gratifications Sought (GS) sebesar 0,199
 - d. Standart Error Mean (SD_m) Gratifications Obtained (GO) sebesar 0,218
 - e. Nilai t (2-tailed) sebesar 0,70
 - f. Nilai $\alpha = 0,05$; df = 198 perpotongan 1,960

Karena mean skor GS lebih kecil dari mean skor GO ($GS < GO$), maka dapat dikatakan bahwa terjadi kesenjangan kepuasan antara GS dan GO dalam membaca tabloid Saji, atau dengan kata lain berdasarkan perhitungan ini tabloid Saji dapat memuaskan kebutuhan ibu rumah tangga akan integrasi dan interaksi sosial.

Untuk menguji apakah ada perbedaan rata-rata (mean) dari Gratifications Sought (GS) sebelum membaca tabloid Saji dengan Gratifications Obtained (GO) setelah membaca tabloid Saji merupakan perbedaan yang signifikan atau hanya disebabkan kesalahan sampling. Maka perlu menguji hipotesis dengan menggunakan rumus t-test, sehingga diperoleh hasil $t < (0,70 < 1,960)$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak ada perbedaan signifikan antara GS pada motif

Integrasi dan Interaksi Sosial ketika ibu rumah tangga membaca tabloid Saji dengan GO setelah membaca tabloid Saji.

4. Perbandingan perhitungan t-test Gratifications Sought (GS) dan Gratifications Obtained (GO) pada motif Hiburan dengan jumlah responden ibu rumah tangga sebanyak 100 orang diperoleh hasil sebagai berikut :
 - a. Mean skor untuk Gratifications Sought (GS) motif Hiburan sebesar 14,48
 - b. Mean skor untuk Gratifications Obtained (GO) motif Hiburan sebesar 15,04
 - c. Standart Error Mean (SD_m) Gratifications Sought (GS) sebesar 0,24
 - d. Standart Error Mean (SD_m) Gratifications Obtained (GO) sebesar 0,29
 - e. Nilai t (2-tailed) sebesar 0,77
 - f. Nilai $\alpha = 0,05$; df = 198 perpotongan 1,960

Karena mean skor GS lebih kecil dari mean skor GO ($GS < GO$), maka dapat dikatakan bahwa terjadi kesenjangan kepuasan antara GS dan GO dalam membaca tabloid Saji, atau dengan kata lain berdasarkan perhitungan ini tabloid Saji dapat memuaskan kebutuhan ibu rumah tangga akan hiburan.

Untuk menguji apakah ada perbedaan rata-rata (mean) dari Gratifications Sought (GS) sebelum membaca tabloid Saji dengan Gratifications Obtained (GO) setelah membaca tabloid Saji merupakan perbedaan yang signifikan atau hanya disebabkan kesalahan sampling. Maka perlu menguji hipotesis dengan menggunakan rumus t-test, sehingga diperoleh hasil $t < (0,77 < 1,960)$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak ada perbedaan yang signifikan antara GS pada motif Hiburan ketika ibu rumah tangga membaca tabloid Saji dengan GO setelah membaca tabloid Saji.

Setelah mengukur antara mean skor GS ketika membaca tabloid Saji dan GO setelah membaca tabloid Saji maka bisa dibandingkan untuk kemudian dicari kesenjangan (discrepancy) antara mean skor GS dan mean skor GO, sehingga dapat diketahui kepuasan ibu rumah tangga dalam membaca tabloid Saji. Semakin jauh selisih perbedaan atau kesenjangan antara mean skor GS dan mean skor GO maka semakin tidak memuaskan media tersebut (tabloid Saji), hal ini apabila GS lebih besar dari GO. Dengan selisih perbedaan mean skor yang terlalu besar menunjukkan bahwa dari beberapa kebutuhan yang ingin dipenuhi melalui media tersebut ternyata hanya sebagian kecil saja yang dapat terpenuhi.

Sedangkan perbedaan mean skor yang tidak terlalu jauh dengan kata lain selisih meannya kecil, menunjukkan bahwa motif awal individu dapat memenuhi kebutuhan jika dibandingkan dengan individu yang memiliki selisih perbedaan mean yang besar. Demikian juga sebaliknya, jika GO lebih besar dari GS maka terjadi kesenjangan kepuasan tetapi dalam hal ini individu memperoleh kepuasan, artinya bahwa kebutuhan yang diperoleh lebih besar dari kebutuhan yang diinginkan ketika membaca tabloid Saji. Dengan kata lain semua kebutuhan individu dapat terpenuhi dengan membaca tabloid Saji pada salah satu motif tertentu. Kesenjangan kepuasan dapat terjadi karena pada dasarnya setiap individu menggunakan media massa dengan tujuan yang tidak sama. Harapan-harapan atau motif awal individu ketika membaca tabloid Saji tidak sama, sehingga tidak semuanya dapat terpenuhi oleh isi dalam rubrik-rubrik tentang resep makanan kuliner dan panduan usaha di tabloid Saji.

Hasil selisih perbedaan mean dari perhitungan mean skor secara keseluruhan ternyata tabloid Saji untuk keempat motif, yaitu : motif Informasi, Motif Identitas

Pribadi, motif Integrasi dan Interaksi Sosial, dan motif Hiburan dapat memberikan kepuasan kepada ibu rumah tangga di Surabaya. Secara spesifik jika dilihat dari uji-t ditemukan untuk motif Informasi terdapat perbedaan antara mean skor GS dengan mean skor GO dengan selisih yang tidak banyak atau kecil. Perbedaan mean skor antara GS dan GO motif informasi sebesar 0,28 dimana $GS < GO$. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa tabloid Saji dapat memberikan kepuasan bagi ibu rumah tangga melalui informasi dan wawasan tentang resep makanan baru yang unik dan bervariasi, tips tentang dunia kuliner serta memperoleh perkembangan makanan yang menjadi ciri khas di berbagai daerah. Para ibu rumah tangga berharap bahwa keberadaan tabloid Saji tetap bisa mempertahankan eksistensinya dalam bidang kuliner sehingga tetap menjadi primadona.

Pada motif identitas pribadi selisih perbedaan antara mean skor GS dengan mean skor GO juga tidak terlalu jauh atau kecil, yaitu sebesar 0,35 dimana $GS < GO$. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa Tabloid Saji dapat memberikan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih besar dibanding kebutuhan yang diinginkan sehingga memotivasi dan mengeksplorasi di bidang kuliner dan berwirausaha pada rubrik-rubrik khusus sehingga ibu rumah tangga setelah membaca lebih bersemangat pada dirinya sendiri untuk mengaplikasikan langsung di kehidupan sehari-hari.

Perbedaan mean skor antara GS dan GO pada motif integrasi dan interaksi sosial selisihnya, yaitu sebesar 0,52 dimana $GS < GO$. Dari hasil perhitungan tersebut dapat diinterpretasikan bahwa Tabloid Saji memberikan kepuasan akan kebutuhan dalam menggunakan media tersebut karena tabloid Saji mampu menempatkan rubrik-rubrik yang sesuai kebutuhan untuk dapat terpenuhi dengan

baik sehingga menciptakan hubungan yang lebih erat dan akrab dengan narasumber dalam pembicaraan, menerapkan secara langsung resep masakan dan usaha kuliner.

Sedangkan pada motif Hiburan selisih perbedaan antara mean skor GS dengan mean skor GO, yaitu sebesar 0,56 dimana $GS < GO$. Perhitungan hasil tersebut dapat diinterpretasikan bahwa Tabloid Saji memberikan kepuasan akan kebutuhannya karena melalui isi dalam rubrik-rubrik di tabloid Saji ibu rumah tangga dapat memperoleh kesenangan untuk melepaskan diri dari berbagai masalah, memperoleh hiburan dengan melihat gambar-gambar resep makanan yang unik dan menarik sehingga mampu menggugah selera untuk mencoba membuat langsung disaat waktu luang.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada bab sebelumnya, yaitu hasil dan pembahasan yang juga telah dijabarkan dengan penyajian data dalam bentuk tabel-tabel frekuensi, maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan pada kategori masing-masing motif yaitu sebagai berikut :

1. Bahwa pada motif Informasi terdapat kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) dengan kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) ibu rumah tangga di Surabaya dalam membaca tabloid Saji. Dimana mean skor Gratifications Sought (GS) lebih kecil daripada mean skor Gratifications Obtained (GO), artinya kebutuhan yang diperoleh lebih banyak daripada kebutuhan yang diinginkan. Hal ini menunjukkan bahwa tabloid Saji dapat memuaskan ibu rumah tangga akan kebutuhan informasi dan wawasan tentang resep makanan baru yang unik, bervariasi untuk diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Bahwa pada motif identitas pribadi terdapat kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) dengan kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) ibu rumah tangga di Surabaya dalam membaca tabloid Saji. Dimana mean skor Gratifications Sought (GS) lebih kecil daripada mean skor Gratifications Obtained (GO), artinya kebutuhan yang diperoleh lebih banyak daripada kebutuhan yang diinginkan. Hal ini menunjukkan bahwa tabloid Saji

dapat memuaskan ibu rumah tangga akan kebutuhan identitas pribadi dalam memotivasi dan mengeksplorasi di bidang kuliner dan berwirausaha.

3. Bahwa pada motif integrasi dan interaksi sosial terdapat kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) dengan kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) ibu rumah tangga dalam membaca tabloid Saji. Dimana mean skor Gratifications Sought (GS) lebih kecil daripada mean skor Gratifications Obtained (GO), artinya kebutuhan yang diperoleh lebih banyak daripada kebutuhan yang diinginkan. Hal ini menunjukkan bahwa tabloid Saji dapat memuaskan ibu rumah tangga akan kebutuhan dalam berinteraksi untuk menciptakan hubungan yang lebih erat dan akrab.
4. Bahwa pada motif hiburan terdapat kepuasan yang diinginkan (Gratifications Sought) dengan kepuasan yang diperoleh (Gratifications Obtained) ibu rumah tangga di Surabaya dalam membaca tabloid Saji. Dimana mean skor Gratifications Sought (GS) lebih kecil daripada mean skor Gratifications Obtained (GO), artinya kebutuhan yang diperoleh lebih banyak daripada kebutuhan yang diinginkan. Hal ini menunjukkan bahwa tabloid Saji dapat memuaskan ibu rumah tangga akan kebutuhan memperoleh kesenangan dan melepaskan diri dari permasalahan.

5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian dan pengamatan tentang tabloid Saji, maka penulis memberikan saran, yakni meskipun keempat motif telah memberikan

kepuasan kepada ibu rumah tangga melalui rubrik-rubrik tentang resep masakan dan panduan usaha, namun tim redaksi harus tetap meningkatkan kualitas dan mutu informasi dalam perubahan dari segi isi dan gambar agar terlihat lebih bervariasi, menarik, serta pengembangan dan penyempurnaan berita akurasi sehingga sesuai dengan harapan dan keinginan ibu rumah tangga sehingga tetap menjadikan tabloid Saji sebagai primadona kuliner nusantara.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, Elvinaro & Komala Lukita. 2004. Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchana. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchana. 2004. Dinamika Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Gerson, Richard F. 2004. Mengukur Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Penerbit PPM.
- Hadi, Sutrisno. 2000. Metode Research : Penulis Paper, Skripsi, Thesis, dan Desertasi. Yogyakarta : Yayasan Penerbit UGM.
- Krisyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Prenada Media Group.
- Kasali Rhenald. 2001. Manajemen Periklanan (Konsep dan Aplikasinya di Indonesia). Jakarta. Pustaka Umum Grafiti.
- Little John, Stephent, W. 2002. Teories Of Human Communication, California, World Worth Publishing Company.
- Mc.Quail, Dennis. 2002. Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Jakarta : Erlangga.
- Mc.Quail, Dennis. 2011. Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 2. Jakarta : Salemba Humanika.
- Muntaha, Ahmad. 2009. Jurnalistik &Produksi Media Sekolah/Global. Jakarta : Global Pustaka.
- Mappiare, Andi. 1983. Psikologi Orang Dewasa (Bagi Penyesuaian dan Pendidikan). Surabaya : Usaha Nasional.
- Nurudin. 2009. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Nazir. 2005. Metode Penelitian. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. Psikologi Komunikasi Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rohmadi, Mohammad. 2011. Jurnalistik Media Cetak Kiat Sukses Menjadi Penulis dan Wartawan Profesional. Surakarta : Cakrawala Media.
- Sumanto, 2002. Metodologi Penelitian dan Pendidikan. Yogyakarta : Andi Offset.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Supangat, Andi. 2008. Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik. Jakarta : Prenada Media Group.
- Winarso, Heru Puji. 2005. Sosiologi Komunikasi Massa. Jakarta : Prestasi Pustaka.

Non Buku :

<http://kompasgramedia.com/business/tabloids/saji.html>, diakses 4 April 2013.

Jurnal :

- Ropingan. 2012. Kepuasan Masyarakat Terhadap Terjemahan Teks Dan Sulih Suara Bahasa Indonesia Pada Tayangan Film Asing Di Televisi Nasional. Jurnal Komunika Volume 1 No. 1 / April.

Prasetya, L.Juni Andi. 2012. Kompetisi Surat Kabar Lokal Berdasarkan Tingkat Kepuasan Biro Iklan Pada Layanan Jasa Media Surat Kabar. Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 9 No. 1 / Juni.

Lampiran 1

No. Responden....

KUISIONER

KEPUASAN IBU RUMAH TANGGA DI SURABAYA DALAM MEMBACA TABLOID SAJI (Studi Deskriptif Kuantitatif Kepuasan Ibu Rumah Tangga Di Surabaya Dalam Membaca Tabloid Saji Edisi 263)

PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah titik-titik dibawah ini untuk pertanyaan yang tidak menyediakan jawaban.
2. Berilah tanda silang (X) untuk jawaban yang dipilih sesuai pendapat anda pada pertanyaan yang tersedia pilihan ganda dibawah ini.
3. Mohon kuisisioner diisi dengan jawaban yang sebenar-benarnya.

I. Identitas Responden

1. Nama :.....
2. Usia :..... tahun
3. Pendidikan Terakhir :.....
4. Apakah anda pernah mengajukan komplain dalam membaca tabloid Saji?
a. Ya b. Tidak
5. Berapa kali anda membaca Tabloid Saji dalam sebulan?
a. 1 – 4 kali
b. 5 - 8 kali

Pada pertanyaan berikut ini anda diminta untuk mengungkapkan penilaian anda tentang motif dan kepuasan dalam membaca Tabloid Saji sebagai berikut :

STS = Sangat Tidak Setuju TS = Tidak Setuju
S = Setuju SS = Sangat Setuju

II. GRATIFICATIONS SOUGHT (KEPUASAN YANG DIHARAPKAN)

adalah motif yang ditimbulkan dari sejumlah kebutuhan yang ingin diperoleh individu yang mendorong seseorang tersebut menggunakan media yang bertujuan untuk mencapai kepuasan pada kebutuhan tertentu.

a). Motif Informasi

1. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin memperoleh wawasan atau pengetahuan tentang resep makanan baru yang unik dan kreatif dalam rubrik Saji Unggul, Saji Nusantara, Menu Minggu Ini, dan Menu Pilihan.
a. STS b. TS c. S d. SS
2. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin mendapatkan informasi mengenai fungsi penanganan yang tepat mengolah bahan baku pada makanan dalam rubrik Top-Tip.
a. STS b. TS c. S d. SS
3. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin mengetahui informasi tips cara menanam buah atau sayuran pada tempat yang tepat dalam rubrik Cara Bertanam.
a. STS b. TS c. S d. SS
4. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin mengetahui informasi siapa para tokoh yang sukses berbisnis kuliner dalam rubrik Aktual, Artikel dan Inspirasi Usaha.
a. STS b. TS c. S d. SS
5. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin mengetahui perkembangan jenis makanan yang menjadi ciri khas di berbagai daerah di wilayah Indonesia dalam rubrik Peleisir dan Saji Nusantara.
a. STS b. TS c. S d. SS

b). Motif Identitas Pribadi

1. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin memotivasi diri sendiri agar dapat sukses berbisnis kuliner melalui strategi dan modal berjualan dalam rubrik Panduan Usaha dan Peluang.
a. STS b. TS c. S d. SS
2. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin mengeksplorasi kreativitas dalam membuat langsung resep makanan pada satu adonan menjadi beragam variasi dalam rubrik Modifikasi.
a. STS b. TS c. S d. SS
3. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin menemukan panutan/contoh figure orang sukses melalui berwirausaha kuliner dalam rubrik Inspirasi Usaha.
a. STS b. TS c. S d. SS

4. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin meningkatkan pemahaman pada diri sendiri melalui tanya jawab tentang resep makanan, usaha yang dirintis dalam rubrik Konsultasi Usaha dan Tanya Pakar.

- a. STS b. TS c. S d. SS

5. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin menemukan penunjang nilai – nilai pribadi berwisata kuliner dalam rubrik Pelesir.

- a. STS b. TS c. S d. SS

c). Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

1. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin menjadikan segala informasi yang diperoleh dari membaca tabloid Saji mengenai resep makanan dan berbisnis kuliner sebagai pembicaraan dengan teman.

- a. STS b. TS c. S d. SS

2. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin memberikan informasi tentang resep original yang menjadi makanan favorit kepada teman, sanak keluarga, dan masyarakat di lingkungan sekitar dalam rubrik Favorit Pembaca.

- f. STS b. TS c. S d. SS

3. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin memberikan informasi dan mengajak teman atau masyarakat disekitar untuk menerapkan berbisnis kuliner dengan modal minim dalam rubrik Peluang.

- a. STS b. TS c. S d. SS

4. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin memperoleh pengetahuan dari keadaan orang lain yang bisa meraih sukses mengolah makanan sederhana menjadi nilai jual tinggi dalam rubrik Inspirasi Usaha.

- a. STS b. TS c. S d. SS

5. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin hubungan anda dengan orang lain (masyarakat) menjadi dekat dalam rubrik Surat Anda.

- a. STS b. TS c. S d. SS

d). Motif Hiburan

1. Anda membaca Tabloid Saji ingin mendapatkan kenikmatan melalui nilai seni resep makanan yang bervariasi dan unik dalam rubrik Saji Unggul, Saji Nusantara, Menu Pilihan dan Menu Minggu Ini..

- | | | | |
|--------|-------|------|-------|
| a. STS | b. TS | c. S | d. SS |
|--------|-------|------|-------|
2. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin mengatasi rasa bosan ketika jenuh.
- | | | | |
|--------|-------|------|-------|
| a. STS | b. TS | c. S | d. SS |
|--------|-------|------|-------|
3. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin dapat melepaskan diri dari berbagai permasalahan dalam rubrik Konseling Usaha Dan Tanya Pakar.
- | | | | |
|--------|-------|------|-------|
| a. STS | b. TS | c. S | d. SS |
|--------|-------|------|-------|
4. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin mengisi atau menghabiskan waktu luang.
- | | | | |
|--------|-------|------|-------|
| a. STS | b. TS | c. S | d. SS |
|--------|-------|------|-------|
5. Anda membaca Tabloid Saji karena ingin memperoleh hiburan dan kesenangan (penyaluran emosi).
- | | | | |
|--------|-------|------|-------|
| a. STS | b. TS | c. S | d. SS |
|--------|-------|------|-------|

III. GRATIFICATIONS OBTAINED (KEPUASAN YANG DIPEROLEH)
 adalah kepuasan nyata yang diperoleh individu atas terpenuhinya kebutuhan tertentu setelah individu membaca Tabloid Saji.

a). Motif Informasi

1. Tabloid Saji memberikan wawasan atau pengetahuan tentang resep makanan baru yang unik dan kreatif dalam rubrik Saji Unggul, Saji Nusantara, Menu Minggu Ini, dan Menu Pilihan.
- | | | | |
|--------|-------|------|-------|
| a. STS | b. TS | c. S | d. SS |
|--------|-------|------|-------|
2. Tabloid Saji memberikan informasi mengenai fungsi penanganan yang tepat mengolah bahan baku pada makanan dalam rubrik Top-Tip.
- | | | | |
|--------|-------|------|-------|
| a. STS | b. TS | c. S | d. SS |
|--------|-------|------|-------|
3. Tabloid Saji memberikan informasi mengenai tips cara menanam buah atau sayuran pada tempat yang tepat dalam rubrik Cara Bertanam.
- | | | | |
|--------|-------|------|-------|
| a. STS | b. TS | c. S | d. SS |
|--------|-------|------|-------|
4. Tabloid Saji memberikan informasi siapa para tokoh yang sukses berbisnis kuliner dalam rubrik Aktual, Artikel dan Inspirasi Usaha.
- | | | | |
|--------|-------|------|-------|
| a. STS | b. TS | c. S | d. SS |
|--------|-------|------|-------|

5. Tabloid Saji memberikan informasi perkembangan jenis makanan yang menjadi ciri khas di berbagai daerah di wilayah Indonesia dalam rubrik Pelesir dan Saji Nusantara.
- a. STS b. TS c. S d. SS

b). Motif Identitas Pribadi

1. Tabloid Saji memotivasi diri sendiri agar dapat sukses berbisnis kuliner melalui strategi dan modal berjualan dalam rubrik Panduan Usaha dan Peluang.
- a. STS b. TS c. S d. SS
2. Tabloid Saji mengeksplorasi kreativitas dalam membuat langsung resep makanan pada satu adonan menjadi beragam variasi dalam rubrik Modifikasi.
- a. STS b. TS c. S d. SS
3. Tabloid Saji dapat menemukan panutan/contoh figure orang sukses melalui berwirausaha kuliner dalam rubrik Inspirasi Usaha.
- a. STS b. TS c. S d. SS
4. Tabloid Saji meningkatkan pemahaman pada diri sendiri melalui tanya jawab tentang resep makanan, usaha yang dirintis dalam rubrik Konsultasi Usaha dan Tanya Pakar.
- a. STS b. TS c. S d. SS
5. Tabloid Saji menemukan penunjang nilai – nilai pribadi berwisata kuliner dalam rubrik Pelesir.
- a. STS b. TS c. S d. SS

c). Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

1. Tabloid Saji menjadikan segala informasi yang diperoleh dari membaca tabloid Saji mengenai resep makanan dan berbisnis kuliner sebagai pembicaraan dengan teman.
- a. STS b. TS c. S d. SS
2. Tabloid Saji memberikan informasi tentang resep original yang menjadi makanan favorit kepada teman, sanak keluarga, dan masyarakat di lingkungan sekitar dalam rubrik Favorit Pembaca.

- | | | | |
|---|-------|------|-------|
| g. STS | b. TS | c. S | d. SS |
| 6. Tabloid Saji memberikan informasi dan mengajak teman atau masyarakat disekitar untuk menerapkan berbisnis kuliner dengan modal minim dalam rubrik Peluang. | | | |
| b. STS | b. TS | c. S | d. SS |
| 7. Tabloid Saji memberikan pengetahuan dari keadaan orang lain yang bisa meraih sukses mengolah makanan sederhana menjadi nilai jual tinggi dalam rubrik Inspirasi Usaha. | | | |
| b. STS | b. TS | c. S | d. SS |
| 8. Tabloid Saji menjalin hubungan anda dengan orang lain (masyarakat) menjadi dekat dalam rubrik Surat Anda. | | | |
| b. STS | b. TS | c. S | d. SS |

d). Motif Hiburan

1. Tabloid Saji memberikan kenikmatan melalui nilai seni resep makanan yang bervariasi dan unik dalam rubrik Saji Unggul, Saji Nusantara, Menu Pilihan dan Menu Minggu Ini..
a. STS b. TS c. S d. SS
2. Tabloid Saji untuk mengatasi rasa bosan ketika jenuh.
a. STS b. TS c. S d. SS
3. Tabloid Saji untuk melepaskan diri dari berbagai permasalahan dalam rubrik Konseling Usaha Dan Tanya Pakar.
a. STS b. TS c. S d. SS
4. Tabloid Saji untuk mengisi atau menghabiskan waktu luang.
a. STS b. TS c. S d. SS
5. Tabloid Saji untuk memperoleh hiburan dan kesenangan (penyaluran emosi).
a. STS b. TS c. S d. SS

Lampiran 6

Analisis uji komparasi antara Gratifications Sought dan Gratifications Obtained dengan menggunakan rumus t-test “Surveillance”

$$t = \frac{M1 - M2}{\sqrt{\left[\frac{SS1 + SS2}{N1 + N2 - 2} \right] \left[\frac{1}{N1} + \frac{1}{N2} \right]}}$$

Mencari mean pada GS dan GO

$$M = \frac{\text{Skor Total dari Tiap Kelompok}}{\text{Jumlah Individu (sampel)}}$$

$$M_1 = \frac{\sum X_1}{N_1} \quad M_2 = \frac{\sum X_2}{N_2}$$

$$= \frac{1550}{100} \quad = \frac{1578}{100}$$

$$= 15,5 \quad = 15,78$$

GS < GO

$$SS1 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{N_1}$$

$$= 24496 - \frac{(1550)^2}{100}$$

$$= 24496 - \frac{2402500}{100}$$

$$= 24496 - 24025$$

$$= 471$$

$$SS2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{N_2}$$

$$= 25218 - \frac{(1578)^2}{100}$$

$$= 25218 - \frac{2490084}{100}$$

$$= 25218 - 24900,84$$

$$= 317,16$$

Operasional rumus uji t (t-test)

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{M1 - M2}{\sqrt{\left[\frac{SS1 + SS2}{N1 + N2 - 2} \right] \left[\frac{1}{N1} + \frac{1}{N2} \right]}} \\
 t &= \frac{15,5 - 15,78}{\sqrt{\left(\frac{471 + 317,16}{100 + 100 - 2} \right) \left(\frac{1}{100} + \frac{1}{100} \right)}} \\
 &= \frac{-0,28}{\sqrt{\left(\frac{788,16}{198} \right) \times (0,01 + 0,01)}} \\
 &= \frac{-0,28}{\sqrt{3,98060 \times 0,02}} = \frac{-0,28}{\sqrt{0,079612}} \\
 t^2 &= \frac{(-0,28)^2}{0,079612} = \frac{0,0784}{0,079612} \\
 t &= \sqrt{0,98477} \\
 &= 0,99
 \end{aligned}$$

Maka $t_{hitung} = 0,99$

$\alpha = 0,05$

$df = N_1 + N_2 - 2$
 $= 100 + 100 - 2$
 $= 198$

Perpotongan nilai df dengan α didapat nilai t-kritis 1,960

Maka : $t_{hitung} \leq t_{kritis}$

$0,99 \leq 1,960$

H_0 diterima dan H_1 ditolak

Hasil diatas masih perlu diuji lagi (menguji hipotesis nihil) karena terdapat perbedaan mean antara Gratifications Sought dan Gratifications Obtained yaitu

untuk melihat apakah ada perbedaan mean yang ada merupakan perbedaan yang signifikan atau hanya kesalahan sampling dengan menggunakan kriteria pengujian:

H_0 ditolak H_1 diterima, apabila probabilitas hasil sampel (t) $> \alpha$

H_0 diterima H_1 ditolak, apabila probabilitas hasil sampel (t) $\leq \alpha$

$$t = \frac{Mx_1 - Mx_2}{SD_{BM}}$$

Langkah-langkah dalam menguji hipotesis nihil adalah sebagai berikut :

1. Mencari Standart Deviasi (SD)

a. Pada Gratifications Sought (GS)

$$\begin{aligned} M_1 &= \frac{\sum X_1}{N_1} = \frac{1550}{100} = 15,5 \\ SD &= \sqrt{\frac{\sum X_1^2}{N_1} - M_1^2} \\ &= \sqrt{\frac{24496}{100} - (15,5)^2} \\ &= \sqrt{244,96 - 240,25} \\ &= \sqrt{4,71} \\ &= 2,17 \end{aligned}$$

b. Pada Gratifications Obtained (GO)

$$\begin{aligned} M_2 &= \frac{\sum X_2}{N_2} = \frac{1578}{100} = 15,78 \\ SD &= \sqrt{\frac{\sum X_2^2}{N_2} - M_2^2} \\ &= \sqrt{\frac{25218}{100} - (15,78)^2} \\ &= \sqrt{252,18 - 249,0084} \\ &= \sqrt{3,1716} \\ &= 1,78 \end{aligned}$$

2. Mencari Standart Error Mean (SD_{bM})

a. Pada Gratifications Sought (GS)

$$SD_{M1} = \frac{SD}{\sqrt{N-1}} = \frac{2,17}{\sqrt{100-1}} = \frac{2,17}{9,94} = 0,218$$

b. Pada Gratifications Obtained (GO)

$$SD_{M2} = \frac{SD}{\sqrt{N-1}} = \frac{1,78}{\sqrt{100-1}} = \frac{1,78}{9,94} = 0,179$$

3. Mencari standart kesalahan mean antara GS dan GO

$$\begin{aligned} SD_{bM} &= \sqrt{SD_{M1}^2 + SD_{M2}^2} \\ &= \sqrt{0,218^2 + 0,179^2} \\ &= \sqrt{0,397} = 0,63 \end{aligned}$$

4. Mencari t-score dimana x merupakan angka perbedaan mean (GS dan GO)

$$\begin{aligned} t &= \frac{Mx_1 - Mx_2}{SD_{bM}} \\ &= \frac{15,5 - 15,78}{0,63} \\ &= \frac{-0,28}{0,63} \\ &= -0,44 \end{aligned}$$

Tanda negative (-) yang dihasilkan oleh t jangan dihiraukan/abaikan, tanda negative tidak berarti apa-apa.

5. Pengujian Hipotesis

Diketahui :

GS

GO

$$N_1 = 100$$

$$N_2 = 100$$

$$M_1 = 15,5$$

$$M_2 = 15,78$$

$$SD = 2,17$$

$$SD = 1,78$$

$$SD_{bM} = 0,63$$

$$t = 0,44$$

$$df = 198$$

t- kritis sampel

Uji	$\alpha = 0,05$
<hr/>	
Dua Ekor	1,960

Maka : $t \leq \alpha$

$$0,44 \leq 1,960$$

H_0 diterima dan H_1 ditolak

Dengan demikian tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara mean skor GS dengan mean skor GO pada motif Informasi.

Lampiran 7

Analisis uji komparasi antara Gratifications Sought dan Gratifications Obtained dengan menggunakan rumus t-test “Personal Identity”

$$t = \frac{M1 - M2}{\sqrt{\left[\frac{SS1 + SS2}{N1 + N2 - 2} \right] \left[\frac{1}{N1} + \frac{1}{N2} \right]}}$$

Mencari mean pada GS dan GO

$$M = \frac{\text{Skor Total dari Tiap Kelompok}}{\text{Jumlah Individu (sampel)}}$$

$$M_1 = \frac{\sum X_1}{N_1} \qquad M_2 = \frac{\sum X_2}{N_2}$$

$$= \frac{1486}{100} \qquad = \frac{1521}{100}$$

$$= 14,86 \qquad = 15,21$$

GS < GO

$$SS1 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{N_1}$$

$$= 22544 - \frac{(1486)^2}{100}$$

$$= 22544 - \frac{2208196}{100}$$

$$= 22544 - 22081,96$$

$$= 462,04$$

$$SS2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{N_2}$$

$$= 23531 - \frac{(1521)^2}{100}$$

$$= 23531 - \frac{2313441}{100}$$

$$= 23531 - 23134,41$$

$$= 396,59$$

Operasional rumus uji t (t-test)

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{M1 - M2}{\sqrt{\left[\frac{SS1 + SS2}{N1 + N2 - 2} \right] \left[\frac{1}{N1} + \frac{1}{N2} \right]}} \\
 t &= \frac{14,86 - 15,21}{\sqrt{\left(\frac{462,04 + 396,59}{198} \right) \left(\frac{1}{100} + \frac{1}{100} \right)}} \\
 &= \frac{-0,35}{\sqrt{\left(\frac{858,63}{198} \right) \times (0,01 + 0,01)}} \\
 &= \frac{-0,35}{\sqrt{4,33651 \times 0,02}} = \frac{-0,35}{\sqrt{0,0867}} \\
 t^2 &= \frac{(-0,35)^2}{0,0867} = \frac{0,1225}{0,0867} \\
 t &= \sqrt{1,412918} \\
 &= 1,18
 \end{aligned}$$

$$\text{Maka } t_{\text{hitung}} = 1,18$$

$$\alpha = 0,05$$

$$\begin{aligned}
 df &= N_1 + N_2 - 2 \\
 &= 100 + 100 - 2 \\
 &= 198
 \end{aligned}$$

Perpotongan nilai df dengan α didapat nilai t-kritis 1,960

$$\text{Maka : } t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{kritis}}$$

$$1,18 \leq 1,960$$

H_0 diterima dan H_1 ditolak

Hasil diatas masih perlu diuji lagi (menguji hipotesis nihil) karena terdapat perbedaan mean antara Gratifications Sought dan Gratifications Obtained yaitu untuk melihat apakah ada perbedaan mean yang ada merupakan perbedaan yang signifikan atau hanya kesalahan sampling dengan menggunakan kriteria pengujian:

H_0 ditolak H_1 diterima, apabila probabilitas hasil sampel (t) $> \alpha$

H_0 diterima H_1 ditolak, apabila probabilitas hasil sampel (t) $\leq \alpha$

$$t = \frac{Mx_1 - Mx_2}{SdbM}$$

Langkah-langkah dalam menguji hipotesis nihil adalah sebagai berikut :

1. Mencari Standart Deviasi (SD)

a. Pada Gratifications Sought (GS)

$$M_1 = \frac{\sum X_1}{N_1} = \frac{1486}{100} = 14,86$$

$$\begin{aligned} SD &= \sqrt{\frac{\sum X_1^2}{N_1} - M_1^2} \\ &= \sqrt{\frac{22544}{100} - (14,86)^2} \\ &= \sqrt{225,44 - 220,8196} \\ &= \sqrt{4,6204} \\ &= 2,14 \end{aligned}$$

b. Pada Gratifications Obtained (GO)

$$M_2 = \frac{\sum X_2}{N_2} = \frac{1521}{100} = 15,21$$

$$\begin{aligned} SD &= \sqrt{\frac{\sum X_2^2}{N_2} - M_2^2} \\ &= \sqrt{\frac{23531}{100} - (15,21)^2} \\ &= \sqrt{235,31 - 231,3441} \\ &= \sqrt{3,9659} \\ &= 1,99 \end{aligned}$$

2. Mencari Standart Error Mean (SD_{bM})

a. Pada Gratifications Sought (GS)

$$SD_{M1} = \frac{SD}{\sqrt{N-1}} = \frac{2,14}{\sqrt{100-1}} = \frac{2,14}{9,94} = 0,21$$

b. Pada Gratifications Obtained (GO)

$$SD_{M2} = \frac{SD}{\sqrt{N-1}} = \frac{1,99}{\sqrt{100-1}} = \frac{1,99}{9,94} = 0,20$$

3. Mencari standart kesalahan mean antara GS dan GO

$$\begin{aligned} SD_{bM} &= \sqrt{SD_{M1} + SD_{M2}} \\ &= \sqrt{0,21 + 0,20} \\ &= \sqrt{0,41} = 0,64 \end{aligned}$$

4. Mencari t-score dimana x merupakan angka perbedaan mean (GS dan GO)

$$\begin{aligned} t &= \frac{Mx_1 - Mx_2}{SD_{bM}} \\ &= \frac{14,86 - 15,21}{0,64} \\ &= \frac{-0,35}{0,64} \\ &= -0,54 \end{aligned}$$

Tanda negative (-) yang dihasilkan oleh t jangan dihiraukan/abaikan, tanda negative tidak berarti apa-apa.

5. Pengujian Hipotesis

Diketahui :

GS

GO

$N_1 = 100$

$N_2 = 100$

$$M_1 = 14,86$$

$$M_2 = 15,21$$

$$SD = 2,14$$

$$SD = 1,99$$

$$SD_{bM} = 0,64$$

$$t = 0,54$$

$$df = 198$$

t- kritis sampel

Uji	$\alpha = 0,05$
<hr/>	
Dua Ekor	1,960

Maka : $t \leq \alpha$

$$0,54 \leq 1,960$$

H_0 diterima dan H_1 ditolak

Dengan demikian tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara mean skor GS dengan mean skor GO pada motif Identitas Pribadi.

Lampiran 8

Analisis uji komparasi antara Gratifications Sought dan Gratifications Obtained dengan menggunakan rumus t-test “Personal Relationship”

$$t = \frac{M_1 - M_2}{\sqrt{\left[\frac{SS_1 + SS_2}{N_1 + N_2 - 2} \right] \left[\frac{1}{N_1} + \frac{1}{N_2} \right]}}$$

Mencari mean pada GS dan GO

$$\begin{aligned} M &= \frac{\text{Skor Total dari Tiap Kelompok}}{\text{Jumlah Individu (sampel)}} \\ M_1 &= \frac{\sum X_1}{N_1} & M_2 &= \frac{\sum X_2}{N_2} \\ &= \frac{1469}{100} & &= \frac{1514}{100} \\ &= 14,69 & &= 15,14 \end{aligned}$$

GS < GO

$$\begin{aligned} SS_1 &= \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{N_1} \\ &= 21975 - \frac{(1469)^2}{100} \\ &= 21975 - \frac{2157961}{100} \\ &= 21975 - 21579,61 \\ &= 395,39 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} SS_2 &= \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{N_2} \\ &= 23394 - \frac{(1514)^2}{100} \\ &= 23394 - \frac{2292196}{100} \\ &= 23394 - 22921,96 \\ &= 472,04 \end{aligned}$$

Operasional rumus uji t (t-test)

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{M1 - M2}{\sqrt{\left[\frac{SS1 + SS2}{N1 + N2 - 2} \right] \left[\frac{1}{N1} + \frac{1}{N2} \right]}} \\
 t &= \frac{-0,45}{\sqrt{\left(\frac{395,39 + 472,04}{100 + 100 - 2} \right) \left(\frac{1}{100} + \frac{1}{100} \right)}} \\
 &= \frac{-0,45}{\sqrt{\left(\frac{867,43}{198} \right) \times (0,01 + 0,01)}} \\
 &= \frac{-0,45}{\sqrt{4,38095 \times 0,02}} = \frac{-0,45}{\sqrt{0,0876191}} \\
 t^2 &= \frac{(-0,45)^2}{0,0876191} = \frac{0,2025}{0,0876191} \\
 t &= \sqrt{2,311} \\
 &= 1,52
 \end{aligned}$$

$$\text{Maka } t_{\text{hitung}} = 1,52$$

$$\alpha = 0,05$$

$$\begin{aligned}
 df &= N_1 + N_2 - 2 \\
 &= 100 + 100 - 2 \\
 &= 198
 \end{aligned}$$

Perpotongan nilai df dengan α didapat nilai t-kritis 1,960

$$\text{Maka : } t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{kritis}}$$

$$1,52 \leq 1,960$$

H_0 diterima dan H_1 ditolak

Hasil diatas masih perlu diuji lagi (menguji hipotesis nihil) karena terdapat perbedaan mean antara Gratifications Sought dan Gratifications Obtained yaitu untuk melihat apakah ada perbedaan mean yang ada merupakan perbedaan yang signifikan atau hanya kesalahan sampling dengan menggunakan kriteria pengujian:

H_0 ditolak H_1 diterima, apabila probabilitas hasil sampel (t) $> \alpha$

H_0 diterima H_1 ditolak, apabila probabilitas hasil sampel (t) $\leq \alpha$

$$t = \frac{Mx_1 - Mx_2}{SDbM}$$

Langkah-langkah dalam menguji hipotesis nihil adalah sebagai berikut :

1. Mencari Standart Deviasi (SD)

a. Pada Gratifications Sought (GS)

$$M_1 = \frac{\sum X_1}{N_1} = \frac{1469}{100} = 14,69$$

$$\begin{aligned} SD &= \sqrt{\frac{\sum X_1^2}{N_1} - M_1^2} \\ &= \sqrt{\frac{21975}{100} - (14,69)^2} \\ &= \sqrt{219,75 - 215,79} \\ &= \sqrt{3,96} \\ &= 1,98 \end{aligned}$$

b. Pada Gratifications Obtained (GO)

$$M_2 = \frac{\sum X_2}{N_2} = \frac{1514}{100} = 15,14$$

$$\begin{aligned} SD &= \sqrt{\frac{\sum X_2^2}{N_2} - M_2^2} \\ &= \sqrt{\frac{23394}{100} - (15,14)^2} \\ &= \sqrt{233,94 - 229,2196} \\ &= \sqrt{4,7204} \\ &= 2,17 \end{aligned}$$

2. Mencari Standart Error Mean (SD_{bM})

a. Pada Gratifications Sought (GS)

$$SD_{M1} = \frac{SD}{\sqrt{N-1}} = \frac{1,98}{\sqrt{100-1}} = \frac{1,98}{9,94} = 0,199$$

b. Pada Gratifications Obtained (GO)

$$SD_{M2} = \frac{SD}{\sqrt{N-1}} = \frac{2,17}{\sqrt{100-1}} = \frac{2,17}{9,94} = 0,218$$

3. Mencari standart kesalahan mean antara GS dan GO

$$\begin{aligned} SD_{bM} &= \sqrt{SD_{M1}^2 + SD_{M2}^2} \\ &= \sqrt{0,199^2 + 0,218^2} \\ &= \sqrt{0,417} = 0,64 \end{aligned}$$

4. Mencari t-score dimana x merupakan angka perbedaan mean (GS dan GO)

$$\begin{aligned} t &= \frac{Mx_1 - Mx_2}{SD_{bM}} \\ &= \frac{14,69 - 15,14}{0,64} \\ &= \frac{-0,45}{0,64} \\ &= -0,70 \end{aligned}$$

Tanda negative (-) yang dihasilkan oleh t jangan dihiraukan/abaikan, tanda negative tidak berarti apa-apa.

5. Pengujian Hipotesis

Diketahui :

GS

GO

$$N_1 = 100$$

$$N_2 = 100$$

$$M_1 = 14,69$$

$$M_2 = 15,14$$

$$SD = 1,98$$

$$SD = 2,17$$

$$SD_{bM} = 0,64$$

$$t = 0,70$$

$$df = 198$$

t- kritis sampel

Uji	$\alpha = 0,05$
<hr/>	
Dua Ekor	1,960

Maka : $t \leq \alpha$

$$0,70 \leq 1,960$$

H_0 diterima dan H_1 ditolak

Dengan demikian tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara mean skor GS dengan mean skor GO pada motif Integrasi dan Interaksi Sosial.

Lampiran 9

Analisis uji komparasi antara Gratifications Sought dan Gratifications Obtained dengan menggunakan rumus t-test “Diversi”

$$t = \frac{M_1 - M_2}{\sqrt{\left[\frac{SS_1 + SS_2}{N_1 + N_2} \right] \left[\frac{1}{N_1} + \frac{1}{N_2} \right]}}$$

Mencari Mean pada GS dan GO

$$M = \frac{\text{Skor Total dari Tiap Kelompok}}{\text{Jumlah Individu (sampel)}}$$

$$M_1 = \frac{\sum X_1}{N_1} \qquad M_2 = \frac{\sum X_2}{N_2}$$

$$= \frac{1448}{100} \qquad = \frac{1504}{100}$$

$$= 14,48 \qquad = 15,04$$

GS < GO

$$SS_1 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{N_1}$$

$$= 21562 - \frac{(1448)^2}{100}$$

$$= 21562 - \frac{2096704}{100}$$

$$= 21562 - 20967,04$$

$$= 594,96$$

$$SS_2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{N_2}$$

$$= 23460 - \frac{(1504)^2}{100}$$

$$= 23460 - \frac{2262016}{100}$$

$$= 23460 - 22620,16$$

$$= 839,84$$

Operasional rumus uji t (t-test)

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{M1 - M2}{\sqrt{\left[\frac{SS1 + SS2}{N1 + N2 - 2} \right] \left[\frac{1}{N1} + \frac{1}{N2} \right]}} \\
 t &= \frac{-0,56}{\sqrt{\left(\frac{594,96 + 839,84}{100 + 100 - 2} \right) \left(\frac{1}{100} + \frac{1}{100} \right)}} \\
 &= \frac{-0,56}{\sqrt{\left(\frac{1434,8}{198} \right) \times (0,01 + 0,01)}} \\
 &= \frac{-0,56}{\sqrt{7,24646 \times 0,02}} = \frac{-0,56}{\sqrt{0,14492}} \\
 t^2 &= \frac{(-0,56)^2}{0,14492} = \frac{0,3136}{0,14492} \\
 t &= \sqrt{2,163952} \\
 &= 1,47
 \end{aligned}$$

$$\text{Maka } t_{\text{hitung}} = 1,47$$

$$\alpha = 0,05$$

$$\begin{aligned}
 df &= N_1 + N_2 - 2 \\
 &= 100 + 100 - 2 \\
 &= 198
 \end{aligned}$$

Perpotongan nilai df dengan α didapat nilai t-kritis 1,960

$$\text{Maka : } t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{kritis}}$$

$$1,47 \leq 1,960$$

H_0 diterima dan H_1 ditolak

Hasil diatas masih perlu diuji lagi (menguji hipotesis nihil) karena terdapat perbedaan mean antara Gratifications Sought dan Gratifications Obtained yaitu untuk melihat apakah ada perbedaan mean yang ada merupakan perbedaan yang signifikan atau hanya kesalahan sampling dengan menggunakan kriteria pengujian:

H_0 ditolak H_1 diterima, apabila probabilitas hasil sampel (t) $> \alpha$

H_0 diterima H_1 ditolak, apabila probabilitas hasil sampel (t) $\leq \alpha$

$$t = \frac{Mx_1 - Mx_2}{SD_{BM}}$$

Langkah-langkah dalam menguji hipotesis nihil adalah sebagai berikut :

1. Mencari Standart Deviasi (SD)

a. Pada Gratifications Sought (GS)

$$M_1 = \frac{\sum X_1}{N_1} = \frac{1448}{100} = 14,48$$

$$\begin{aligned} SD &= \sqrt{\frac{\sum X_1^2}{N_1} - M_1^2} \\ &= \sqrt{\frac{21562}{100} - (14,48)^2} \\ &= \sqrt{215,62 - 209,6704} \\ &= \sqrt{5,9496} \\ &= 2,43 \end{aligned}$$

b. Pada Gratifications Obtained (GO)

$$M_2 = \frac{\sum X_2}{N_2} = \frac{1504}{100} = 15,04$$

$$\begin{aligned} SD &= \sqrt{\frac{\sum X_2^2}{N_2} - M_2^2} \\ &= \sqrt{\frac{23460}{100} - (15,04)^2} \\ &= \sqrt{234,60 - 226,2016} \\ &= \sqrt{8,3984} \\ &= 2,89 \end{aligned}$$

2. Mencari Standart Error Mean (SD_{BM})

a. Pada Gratifications Sought (GS)

$$SD_{M1} = \frac{SD}{\sqrt{N-1}} = \frac{2,43}{\sqrt{100-1}} = \frac{2,43}{9,94} = 0,24$$

b. Pada Gratifications Obtained (GO)

$$SD_{M2} = \frac{SD}{\sqrt{N-1}} = \frac{2,89}{\sqrt{100-1}} = \frac{2,89}{9,94} = 0,29$$

3. Mencari standart kesalahan mean antara GS dan GO

$$\begin{aligned} SD_{bM} &= \sqrt{SD_{M1} + SD_{M2}} \\ &= \sqrt{0,24 + 0,29} \\ &= \sqrt{0,53} = 0,72 \end{aligned}$$

4. Mencari t-score dimana x merupakan angka perbedaan mean (GS dan GO)

$$\begin{aligned} t &= \frac{Mx_1 - Mx_2}{SD_{bM}} \\ &= \frac{14,48 - 15,04}{0,72} \\ &= \frac{-0,56}{0,72} \\ &= -0,77 \end{aligned}$$

Tanda negative (-) yang dihasilkan oleh t jangan dihiraukan/abaikan, tanda negative tidak berarti apa-apa.

5. Pengujian Hipotesis

Diketahui :

GS

GO

$N_1 = 100$

$N_2 = 100$

$$M_1 = 14,48$$

$$M_2 = 15,04$$

$$SD = 2,43$$

$$SD = 2,89$$

$$SD_{bM} = 0,64$$

$$t = 0,77$$

$$df = 198$$

t- kritis sampel

Uji	$\alpha = 0,05$
<hr/>	
Dua Ekor	1,960

Maka : $t \leq \alpha$

$$0,77 \leq 1,960$$

H_0 diterima dan H_1 ditolak

Dengan demikian tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara mean skor GS dengan mean skor GO pada motif Hiburan.